

Univerzita Karlova v Praze

Pedagogická fakulta

Katedra českého jazyka

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Mezigenerační rozdíly v porozumění frazémům v češtině

Intergenerational differences in understanding idioms in Czech language

Lenka Švarcová

Vedoucí bakalářské práce: doc. PhDr. Eva Hájková, CSc.

Studijní program: Specializace v pedagogice

Studijní obor: B ČJ-NJ

2017

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Mezigenerační rozdíly v porozumění frazémům v češtině vypracovala pod vedením vedoucího práce samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále prohlašuji, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Uhlířské Janovice, 10. 7. 2017

.....

podpis

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala doc. PhDr. Evě Hájkové, CSc., za cenné rady a připomínky, které přispěly ke zpracování a dokončení práce. Dále děkuji své sestřenici Mgr. Janě Nové, Ph.D., za konzultace a mnoho podnětných připomínek. Děkuji také všem respondentům, kteří se podíleli na dotazníkovém šetření.

ANOTACE

Bakalářská práce se zabývá mezigeneračním rozdílem v chápání frazémů. V teoretické části definujeme pojmy z frazeologie a pojem generace, který je důležitý pro naši práci. Pro náš výzkum jsme zvolili dotazníkové šetření a na základě získaných materiálů v praktické části analyzujeme porozumění vybraným frazémům u jednotlivých generací.

KLÍČOVÁ SLOVA

frazeologie, frazém, idiom, generace, výzkum frazeologie, porozumění frazémům, mezigenerační rozdíly, změny v současném jazyce

ANNOTATION

This bachelor thesis deals with intergenerational differences in understanding idioms in the Czech language. The theoretical part of the thesis defines terms of phraseology and the term generation. A questionnaire survey was used to obtain data on understanding of chosen idioms, which are further analysed in the empirical part of the thesis.

KEYWORDS

phraseology, phrase, idiom, generation, research in phraseology, understanding of phrases and idioms, intergenerational differences, changes in current language

Obsah

1 Úvod	7
2 Teoretická část	8
2.1 Metodologie bakalářské práce	8
2.2 Terminologické základy	9
2.2.1 Frazeologie	9
2.2.2 Frazém a idiom	10
2.2.3 Vznik frazeologické jednotky	12
2.2.4 Klasifikace frazémů	12
2.2.5 Generace	13
2.3 Teoretická východiska	14
2.3.1 Jazyk a jeho vývoj	14
2.3.2 Současná jazyková situace	16
2.3.3 Mezigenerační rozdíly v jazyce a jazyk mladé generace	18
2.3.4 Proměny frazémů a jejich aktualizace	19
2.3.5 Stratifikace frazémů	21
2.3.6 Využívání a proměny frazémů u mladé generace	22
3 Praktická část	24
3.1 Metodologie výzkumu	24
3.1.1 Dotazník	24
3.1.2 Frazémy použité v dotazníku	25
3.2 Respondenti	26
3.2.1 Rozdělení respondentů podle pohlaví a věku	27
3.2.2 Rozdělení respondentů podle dosaženého vzdělání	29
3.3 Výsledky výzkumu	30
3.3.1 Lidové frazémy v uzavřených otázkách	31
3.3.2 Kulturní frazémy v uzavřených otázkách	38

3.3.3 Lidové frazémy v otevřených otázkách	45
3.3.4 Kulturní frazémy v otevřených otázkách	53
3.3.5 Srovnání uzavřených a otevřených otázek	59
3.3.6 Mezigenerační rozdíly v porozumění lidovým frazémům	60
3.3.7 Mezigenerační rozdíly v porozumění kulturním frazémům.....	62
3.3.8 Vliv vzdělání a pohlaví u generace 41–60	63
4 Závěr	65
5 Seznam použitých informačních zdrojů	70
5.1 Literatura.....	70
5.2 Internetové zdroje	71
6 Seznam příloh	73

1 Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá rozdíly v porozumění frazémům v češtině v závislosti na příslušnosti mluvčích k různým věkovým skupinám. Úkolem práce je zjistit, zda a jak se liší znalost frazémů u jednotlivých generací a u které generace je porozumění frazémům nejlepší. Zaměřujeme se tedy na souvislosti mezi věkem mluvčích a jejich porozuměním frazémům. Tato práce zkoumá znalost několika vybraných kulturních a lidových frazémů.

Naším výchozím předpokladem je, že generace 61+ rozumí lidovým i kulturním frazémům velmi dobře. Generace v rozmezí 41–60 let by měla rozumět dobře lidovým frazémům a o něco hůře kulturním frazémům. Naopak generace ve věku 21–40 let rozumí většině lidových frazémů, ale z kulturních frazémů spíše jen biblismům, protože znalost bible považujeme v našem prostředí za obecnou díky probírání tohoto tématu ve školní výuce literatury a dějepisu. Mladší generace, jak předpokládáme, se v kulturních frazémech neorientují vůbec a v lidových málo. V závěru práce uvedeme, zda se naše předpoklady potvrdily.

Výzkum probíhal formou dotazníkového šetření, v němž jsme se respondentů tázali na význam jednotlivých frazémů. Dotazník byl vytvořen tak, aby v něm byly zastoupeny frazémy lidové a kulturní; z kulturních frazémů jsou zastoupeny biblismy a frazémy antického původu. Výběr frazémů je subjektivní a byl k němu použit Slovník české frazeologie a idiomatiky od Františka Čermáka a kol., který obsahuje několik tisíc slovesných i neslovesných frazémů a přirovnání. V dotazníku jsou použity jak uzavřené, tak otevřené otázky a otevřených otázek se týká i náš další předpoklad: frazémy zkoumané pomocí uzavřených otázek se budou podle výsledků jevit jako známější než frazémy v otevřených otázkách. Předpokládáme také, že např. frazém „*vyčistit Augiášův chlév*“ je pro většinu populace již úplně nesrozumitelný.

Téma této práce by se dalo dále rozvíjet. Nabízí se např. zkoumání frekvence využívání frazémů v různých generacích nebo celkově ve společnosti. Dalším aspektem by mohlo být hledání a zkoumání znalosti neologických frazémů, např. citátů z filmů, soudobé literatury apod.

2 Teoretická část

2.1 Metodologie bakalářské práce

V této části práce se zabýváme metodami, které jsme při výzkumu a zpracování práce využili. Před samotným výzkumem je nutné stanovit si cíl, předmět a objekt výzkumu. V našem případě zjišťujeme míru porozumění frazémům u různých generací. Předmětem tohoto výzkumu jsou tedy frazémy a objektem jsou mluvčí češtiny rozdělení do pěti věkových kategorií. Následné vymezení předmětu, tedy frazémů a dalších souvisejících pojmů, uvedeme v kapitole Terminologické základy.

Práce je rozdělena na dvě části: teoretickou a praktickou. V teoretické části se nejprve věnujeme vymezení termínů, s nimiž budeme dále pracovat (kapitola Terminologické základy). Především je to termín frazém a klasifikace typů frazémů, dále termín generace a rozdělení generací podle věku, které používáme při výzkumu. V kapitole Teoretická východiska se zabýváme vývojem a současným stavem českého jazyka, vlivem cizích jazyků na češtinu a tím, jak současná mladá generace užívá přejatá slova a přejatá frazémy.

Praktická část této práce je založena na kvantitativním výzkumu formou dotazníku. Výzkumu se účastnili respondenti všech věkových kategorií. Aby byl výzkum přístupný co největšímu počtu lidí, byl zveřejněn na internetu. Většina respondentů vyplnila dotazník na internetu, pouze pro výzkum u nejstarší generace jsme použili metodu tištěného dotazníku, který respondenti vyplňovali písemně. Dotazník byl tedy graficky upraven tak, aby starším lidem vyhovoval – velká písmena, dostatek prostoru na odpovědi atd.

Kvantitativní forma výzkumu byla zvolena kvůli jednoduchosti získávání výsledků. Tato metoda s sebou sice často nese riziko zjednodušení problému, ale má vysokou informační hodnotu, která vyváží i často chybějící možnost hlubšího ponoření do problému.¹

Kvalitativní forma výzkumu, např. rozhovor, nebyla ani zvažována kvůli značné časové náročnosti. Navíc u této formy se výzkum zaměřuje na zjištění co nejvíce informací od menšího množství jedinců, tento způsob tedy našemu výzkumu nevyhovuje. Další nevýhodou kvalitativního výzkumu je, že hypotézy jsou

¹ HAVLÍK, Radomír. *Úvod do sociologie*. Univerzita Karlova v Praze. Praha: Karolinum, 2010, str. 17.

formulovány během výzkumu, na rozdíl od výzkumu kvantitativního, kde je hypotéza formulována předem a následným šetřením ji buď vyvrátíme, nebo potvrdíme.

Je důležité si položit také otázku, zda jsou vzorky respondentů tohoto výzkumu reprezentativní z hlediska pokrytí populace. Předpokládáme, že ano. Většinu respondentů však osobně neznáme, protože dotazník byl umístěn na internetu a informace o něm byla šířena pomocí sociálních sítí a různých diskuzních fór (např. e-mimino.cz). Proto nemůžeme vyloučit určitou míru nespolehlivosti při vyplňování.

2.2 Terminologické základy

V následujících podkapitolách jsou vysvětleny pojmy, s kterými tato práce pracuje. Jedná se o termíny: frazeologie, frazém, klasifikace frazémů a generace.

2.2.1 Frazeologie

„Frazeologie je nauka o frazeologických jednotkách.“² Jedná se o lingvistickou disciplínu, která se zabývá ustálenými slovními spojeními v daném jazyce.

„Pojmenování frazeologická neboli frazeologismy jsou víceslovná pojmenování, ustálená a s přeneseným (obrazným) významem. Ustálenost je základní podmínkou frazeologismů a projevuje se nezaměnitelností jejich slovního obsazení.“³

Přeneseným významem se frazémy odlišují od sousloví, která přenesený význam nemají. Rozdíl můžeme vidět na příkladu: „černý pasažér“ a „černé uhlí“. V prvním případě je slovo „černý“ použito nikoliv jako označení barvy, ale jako označení neplatícího cestujícího, v druhém případě se jedná o barvu a určuje typ uhlí.

Podle Františka Čermáka je frazeologie kombinace takových jednotek jazyka, které jsou v zásadě nadány významem. Frazémy a idiomy jsou však nějakým způsobem anomální a vymykají se tedy běžným jazykovým pravidlům sémantickým a/nebo gramatickým. Podle Čermáka je pojetí frazeologie, ve kterém se mluví výhradně o přeneseném (obrazném) významu, mylné a jde o příliš zúžený pohled.⁴

Podle rozsahu frazeologizace rozlišujeme spojení s jedním frazeologickým členem, např. „vlčí mák“, a spojení, které je frazeologizované jako celek, např. „bílá

² HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. 2. vydání. Praha: SPN, 1980, str. 1.

³ Tamtéž, str. 160.

⁴ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and General Phraseology*. Univerzita Karlova v Praze. Praha: Karolinum, 2007, str. 13.

vrána“. V prvním případě je frazeologizované pouze adjektivum „vlčí“, které zde nevyjadřuje příslušnost ke slovu „vlk“, ale typ rostliny. V druhém případě je frazeologizováno celé spojení. Celistvost významu můžeme ukázat na tom, že frazeologizované spojení lze nahradit jedním slovem, v tomto případě: „bílá vrána“ znamená výjimka.⁵

Frazeologické jednotky jsou používány v různých funkčních stylech. Lidová frazeologie (viz kapitola Klasifikace frazémů) se používá nejvíce v oblasti prostě sdělovací a umělecké. Cizojazyčná frazeologie „citátová“ se používá nejvíce v oblasti odborné a umělecké. Celkově mají frazémy největší zastoupení v publicistice.⁶

2.2.2 Frazém a idiom

Frazém neboli frazeologismus *„je jedinečné spojení minimálně dvou prvků, z nichž některý (popř. žádný) nefunguje stejným způsobem v jiném spojení (resp. více spojení), popř. se vyskytuje pouze ve výrazu jediném (resp. několika málo).“*⁷

Frazém má celistvý význam, zpravidla nerozložitelný na významy jednotlivých složek. K jeho typickým znakům patří metaforičnost a expresivnost. Např. „*udělat díru do světa*“, což znamená prorazit, prosadit se ve světě, nikoliv vyhloubit jámu. Frazém jako jednotka je zpravidla neměnný, a proto se ve frazémech často uchovávají archaismy lexikální („*nechat někoho na holičkách*“) i gramatické („*mluviti stříbro, mlčeti zlato*“). Také se v nich objevují prvky monokolokability, tzn. takové, které se v jazyce jinak nevyskytují, např. „*honit bycha*“.⁸

Podle Přemysla Hausera se od frazémů někdy oddělují idiomy, které se považují za nepřeložitelné do jiného jazyka, toto dělení je ale příliš obecné a málo průkazné. Proto se za idiom považují frazeologismy, které obsahují tvary a slova, která se jinde než ve frazeologismech nepoužívají, např. „*z čista jasna*“.⁹

Podle Čermáka je rozdíl mezi idiomem a frazémem ten, že když hovoříme o formálních rysech tohoto útvaru, hovoříme o frazému, kdežto při užití termínu idiom

⁵ HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. 2. vydání. Praha: SPN, 1980, str. 161.

⁶ ČECHOVÁ, Marie. Dynamika frazeologie. *Naše řeč* [online]. 1986, **69**(4), 178-186 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6639>.

⁷ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and General Phraseology*. Univerzita Karlova v Praze. Praha: Karolinum, 2007, str. 31.

⁸ GREPL, Miroslav a kol. *Příruční mluvnice češtiny*. 2. vydání. Praha: Lidové noviny, 2001, str. 71.

⁹ HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. 2. vydání. Praha: SPN, 1980, str. 161.

máme na mysli sémantické rysy daného útvaru. Sémantická stránka je však zpravidla oslabená a převažuje stránka formální a s ní spojený termín frazém. Tím se budeme řídit i my a budeme používat pouze termín frazém.¹⁰

Shrneme-li výše uvedené názory, můžeme říct, že frazémy a idiomy se vyznačují zejména těmito rysy: anomálností, expresivností, nerozložitelností, obrazností, ustáleností a víceslovností.

Frazémy se dají přiřadit ke slovním druhům na základě slovnědruhové příslušnosti klíčového slova nebo podle platnosti ekvivalentního vyjádření. Tzv. slovesné frazémy se označují jako rčení nebo úsloví a mají velký význam v komunikaci. Dalším častým typem jsou frazeologismy přirovnávací, které se vyznačují zejména spojkou jako a přirovnání se připojuje hned k podstatnému jménu, např. „*ruce jako lopaty*“.¹¹

Vzhledem k tomu, že frazémy jsou často expresivní, jsou hojněji zastoupeny ve funkčních stylech, jejichž komunikační funkce připouští expresivní vyjadřování. V konverzaci vyjadřují různé postoje a citové vztahy ke sdělovanému obsahu. Použitím idiomatického výrazu se projevuje větší zaujetí pro sdělovanou informaci. Idiomatické prostředky často najdeme v textech reklamních, např. jedna spořitelna v náborovém letáku slibuje, že „*se stane vaším dobrým sousedem, který vám vyjde vstříc*“. Vyjadřuje tím slib, že bude svým klientům dobře sloužit. V publicistickém stylu se frazémů užívá nejčastěji v útvarech vyjadřujících postoje autorů ke sdělovanému obsahu. Použitím frazémů a jejich expresivností mohou autoři zesilovat užitou argumentaci. Jejich užití také přispívá k bohatosti a pestrosti vyjadřování, velmi často je proto nalezneme také v uměleckém textu, ve kterém mohou sloužit jako ozvlášťňovací prostředky v pásmu vyprávěče anebo jako charakterizační výraz v pásmu postav. Např. pro tetu Kateřinu v Jirotkově románu *Saturnin* je charakteristické právě časté používání přísloví a pořekadel.¹² „*Dovádivě žvatlala a jako obvykle chrlila ze sebe jedno přísloví za druhým. Mezi jiným říkala, že host do domu, Bůh do domu.*“¹³

¹⁰ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and General Phraseology*. Univerzita Karlova v Praze. Praha: Karolinum, 2007, str. 33.

¹¹ HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. 2. vydání. Praha: SPN, 1980, str. 162.

¹² GREPL, Miroslav a kol. *Příruční mluvnice češtiny*. 2. vydání. Praha: Lidové noviny, 2001, str. 772-4.

¹³ JIROTKA, Zdeněk. *Saturnin*. Praha: Karolinum, 2006, str. 17.

2.2.3 Vznik frazeologické jednotky

*„Frazeologická jednotka vzniká přehodnocením již existujícího volného slovního spojení. Toto slovní spojení přitom získá nový význam, odlišný od původního. Ten se dále ustaluje a nelze jej plně odvodit z významu jednotlivých komponentů.“*¹⁴

Nejčastěji jednotka vznikne přehodnocením na základě metafor, tedy podobnosti (např. *„čára přes rozpočet“*). Kromě metafor se frazémy tvoří také na základě metonymie. Metonymie na rozdíl od metafor zachová primární význam a pouze ho přesune do pozadí. Nejčastěji používaným typem metonymie při vzniku frazémů je synekdocha. Synekdocha je založena na souvislosti části a celku. Při vzniku frazému se tedy přenáší buď pojmenování části na celek, nebo naopak. Příkladem takových frazémů je např. *„nepřišla ani noha“* (ve významu nepřišel nikdo), *„vzal si její ruku“* (ve významu oženil se s ní).¹⁵

2.2.4 Klasifikace frazémů

Frazémy můžeme rozdělit podle příznaků citových na neutrální a expresivní. V běžném užívání převažují frazémy expresivní, často eufemistického rázu, např. *„odejít na věčnost“*.¹⁶

Podle původu dělíme frazémy na domácí a cizí. Domácí mívají kořeny lidové, může jít i o frazémy nářeční, např. *„být hrča na bakuli“* nebo *„hledět jak hrom do baně“*¹⁷, nebo slangové, např. *„dávat bacha“*. Cizí frazeologismy čerpají například z antické mytologie (*„sisyfovská práce“*).¹⁸

Frazeologismy dále dělíme podle oblastí, ve kterých vznikly nebo ve kterých se používají. Rozlišujeme takto frazeologii tradiční lidovou a kulturní. V širším slova smyslu patří tradiční frazeologie do frazeologie kulturní. V užším slova smyslu rozumíme pod kulturní frazeologií takovou, která je součástí kulturní historie a kulturního života. Řadíme pod ni frazeologii antickou, křesťanskou, ale i pozdější

¹⁴ KOVÁŘOVÁ, Marie. *Frazémy a idiomy v knize bylo nás pět od Karla Poláčka: Bakalářská práce*. Univerzita Karlova v Praze, 2010.

¹⁵ ČERVENKOVÁ, Barbora. *Mezigenerační rozdíly v porozumění frazémům v češtině: Bakalářská práce*. Univerzita Karlova v Praze, 2013.

¹⁶ HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. 2. vydání. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1980, str. 163.

¹⁷ *Slovník nářečí českého jazyka* [cit. 2017-07-07]. Dostupné z: <http://sncj.ujc.cas.cz>.

¹⁸ HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. 2. vydání. Praha: SPN, 1980, str. 163.

kulturní frazeologii podmíněnou a přenášenu oficiálním vzděláním. Hranice mezi tradiční lidovou a kulturní frazeologií není nijak ostrá, toto zvláštní označení používáme z důvodu rozlišení těchto dvou oblastí a ukázání jejich rozdílnosti.¹⁹

Frazeologismy můžeme také rozdělit na větné a nevětné neboli kolokační a propoziční nebo polypropoziční. Nevětné frazémy se zapojují do vět až v konkrétních kontextech a podle potřeby jsou v nich gramaticky formovány – skloňovány, časovány (např. „*lev salónů*“ – „*Stal se lvem salónů.*“). Mezi nevětné frazémy řadíme rčení, popř. úsloví, a mezi větné frazémy patří pořekadla, přísloví, pranostiky. Frazémy větné mají podobu ucelené věty, a to buď slovesné („*Jak se do lesa volá, tak se z lesa ozývá.*“), nebo neslovesné („*Všude dobře, doma nejlépe.*“). Neslovesné výrazy odpovídají především výrazům autosémantickým (jmenné výrazy), v menší míře pak výrazům synsémantickým (výrazy gramatické povahy).²⁰

Speciálním typem frazému je přirovnání, vymezujeme ho jako ustálené a idiomatické pojmenování sloužící k označení a hodnocení podobnostního vztahu mezi jménem, určeným v konkrétním kontextu, a předem daným modelem, např. „*bystrý jako liška*“. Podobnost objektů je vždy jen shodou několika jejich vlastností, lze ji tedy chápat jako úhrn stejných a rozdílných rysů, přičemž podíl stejných rysů většinou převažuje. Po stránce formální rozlišujeme několik typů: lexikální idiom „*sněhobílý*“ (jako sníh), kolokaci „*holubičí povaha*“ (jako holubice) a neustálenou kombinaci, např. „*mluví nepřátelsky*“ (jako nepřítel).²¹

2.2.5 Generace

Pro tuto práci je také důležité vymezit si pojem „*generace*“.

„*Podstatné jméno ,generace‘ je latinského původu. V latině má podobu ,generatio‘ a je odvozeno od slovesa ,generare‘, tj. ,plodit‘. Prvotně znamenalo substančně pojatou činnost, teprve sekundárně (ale již v latině) nabylo metonymickým přenesením významu ,pokolení‘.*“²²

¹⁹ ČECHOVÁ, Marie. Kulturní frazeologie v současné komunikaci. *Naše řeč* [online]. 1993, **76**(4), 179-183 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6639>.

²⁰ GREPL, Miroslav a kol. *Příruční mluvnice češtiny*. 2. vydání. Praha: Lidové noviny, 2001, str.72.

²¹ ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: Czech and General Phraseology*. Univerzita Karlova v Praze. Praha: Karolinum, 2007, str. 48–49.

²² POŠTOLKOVÁ, Běla. *Je každá generace pokolením?* in *Naše řeč* [online]. 1980, **63**(3) [cit. 2017-06-14]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6199>.

Ve slovníku nalezneme definici generace „*lidé spjatí dobou, v níž žijí, stejnými zájmy, názory ap. (jako celek); časový úsek asi 30 let*“²³.

Z této definice ale není možné odvodit, kdo je pod pojem „*generace*“ zahrnut. V běžné řeči používáme výrazy typu: generace prarodičů, generace rodičů, generace Y, generace Z atd. Mluvíme tedy o lidech majících podobné charakteristické vlastnosti, např. generace Z je „*název pro skupinu lidí narozených od poloviny 90. let 20. století do současnosti*“²⁴.

V sociologickém slovníku najdeme, že generace je: „*seskupení příbuzných věkových skupin, které prošly socializačním procesem v podobných historických a kulturních podmínkách. Doba trvání jedné generace je přibližně 25–30 let.*“²⁵

V této práci se opíráme současně o obě definice a rozdělujeme respondenty do pěti generací: do 15 let, od 16 do 20 let, od 21 do 40 let, od 41 do 60 let a od 61 let výše. Můžeme si všimnout, že až na generaci od 16 do 20 let dodržujeme rozmezí zhruba 20 let. Tuto generaci jsme vyčlenili v souladu s etapami ve vývoji dítěte. Přibližně ve věku 15 let přechází člověk z kategorie staršího školního věku do kategorie adolescence nebo mladé dospělosti, dochází k překotným vývojovým změnám v myšlení, vědomostech a pohledu na svět. Proto očekáváme, že v tomto věkovém rozmezí se výrazně mění i způsob vnímání a užívání jazyka včetně frazémů.

2.3 Teoretická východiska

V této části práce se zaměřujeme na vývojové proměny a současnou situaci češtiny, proměny frazeologie a faktory ovlivňující užívání frazémů různými generacemi. Věnujeme se aktualizacímu užítí frazémů a přejatým frazémům v mluvě mládeže.

2.3.1 Jazyk a jeho vývoj

Jazyk není neměnný systém. Mění se a vyvíjí v závislosti na různých podmínkách, jedná se například o podmínky politické, sociální nebo kulturní.

²³ SSJČ. [cit. 2017-07-07]. Dostupné z: <http://ssjc.ujc.cas.cz/>.

²⁴ Wikislovník: *generace* z [online]. [cit. 2017-06-14]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Generace_Z.

²⁵ JANDOUREK, Jan. *Sociologický slovník*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-269-0, str. 91.

Život člověka ve skupinách a interakce mezi členy skupiny při společných činnostech vedly ke vzniku článkované zvukové řeči jako prostředku vzájemného dorozumívání. Schopnost řeči je pro člověka mezi ostatními živočichy jedinečná. Jazyk se nepřetržitě vyvíjí a proměňuje, reaguje na změny ve společnosti. Vznik nových skutečností si vynucuje vznik nových pojmenování pro ně, a to pomocí nových slov nebo obměněným užitím už existujících prostředků, např. změnou pořádku slov ve větě. Změny v jazyce jsou pozvolné, nikoli převratné. Prostřednictvím jazyka si podáváme ruce se všemi předcházejícími generacemi, z nichž každá přispěla k jeho obohacení a zdokonalení.²⁶

Český národní jazyk se od svých praslovanských počátků vyvíjel dlouhá staletí. Od doby rozdělení praslovanštiny na jednotlivé slovanské jazyky asi v 9. století n. l. rozeznáváme období pračeské (do 13. století), období staročeské (do 16. století) a období střední češtiny (do přelomu 18./19. století), od doby národního obrození pak hovoříme o nové češtině. Nejstarší souvislé staročeské texty pocházejí ze 13. století a i dnes je dokážeme přečíst bez větších obtíží, což je důkazem, že změny v češtině od této doby byly celkem malé.²⁷

Je to způsobeno i tím, že jazyk je hospodárný, nová slova se tedy tvoří až tehdy, je-li jich potřeba. Jazyk dále využívá možnosti, které mu poskytuje už existující slovní zásoba. Příkladem může být slovo „*letadlo*“, kterého bylo užíváno ve významu pták se stejným významem, jaký má slovo „*pták*“, ale protože dvojího pojmenování nebylo potřeba, slovo vyšlo z užívání a objevilo se znovu až s vynálezem přístroje na létání.²⁸

Čeština také během celé své historie přijímala prvky z jiných jazyků. V nejstarším období působila na češtinu především latina jako jazyk církve a vzdělanosti. Řada slov latinského původu zdomácněla v češtině natolik, že už je vůbec nevnímáme jako cizí slova (např. „*košile*“, „*kříž*“, „*škola*“), a prostřednictvím latiny se do češtiny dostalo i množství antických a biblických frazémů. Vliv latiny se znovu

²⁶ KRÍSTEK, Václav. Pracovní proces a vývoj jazyka. *Naše řeč*[online]. 1951, **35**(1-2), 1-7 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=4211>.

²⁷ MAREŠOVÁ, Hana. *Základy historické mluvnice češtiny s texty k rozboru* [online]. Olomouc: Univerzita Palackého, Pedagogická fakulta, 2008 [cit. 2017-07-07], str. 7-26 Dostupné z: http://kcjl.upol.cz/kombcj/studijni_opory/zaklady_historicke_mluvnice.pdf.

²⁸ KRÍSTEK, Václav. Pracovní proces a vývoj jazyka. *Naše řeč*[online]. 1951, **35**(1-2), 1-7 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=4211>.

posílil v humanistickém období, kdy latinské vzory ovlivňovaly zvláště větnou stavbu českých textů vysokého stylu.²⁹

Od středověku byl významný i vliv němčiny, který obzvlášť zesílil v době střední češtiny. V 18. století němčina na našem území téměř vytlačila češtinu z úřední komunikace, výuky na vyšších školách a podobně. I běžně mluvený jazyk zvláště ve městech byl němčinou silně ovlivněn. Právě obava z úplného poněmčení vedla první české obrozence k systematické snaze o obnovu a pozvednutí českého jazyka. Po polovině 19. století se na německé prvky v češtině začalo pohlížet negativně. Tuto situaci označujeme jako purismus nebo jazykové brusičství: část jazykovědců usilovala o očištění češtiny od germanismů jak ve slovní zásobě, tak i v dalších jazykových plánech, např. v syntaxi. Vlny purismu namířeného především proti germanismům se opakovaně objevovaly i během 20. století. Germanismy např. v mluvě řemeslníků („*vercajk*“, „*šupléra*“, „*pajcr*“ aj.) byly hodnoceny jako stylově nižší, nepřipustné pro spisovné nebo odborné vyjadřování. Pod vlivem němčiny se do češtiny dostaly i některé frazémy, např. „*jít cugrunt*“ a „*být na huntě*“, které jsou zařazeny také v našem výzkumu (viz dále kapitolu Frazémy použité v dotazníku). Během 20. století dochází k postupnému ústupu mnoha takových prvků německého původu z češtiny, a tento trend nezvrátilo ani několikaleté období nacistické okupace, kdy se němčina opět stala na našem území úředním jazykem.^{30 31}

2.3.2 Současná jazyková situace

Podstatným aspektem jazykové situace je její výrazně dynamická povaha. Trvale se mění, vyvíjí. Naše společnost se dnes nachází v dosti komplikovaném, až rozporuplném stavu, kdy na jedné straně dychtivě přijímá ze světa věci nové a na druhé straně se stále musí vyrovnávat s tím, čím nás poznamenala minulá zkušenost. Jednotlivé momenty tohoto stavu se významně reflektují v jazyce a řeči, v komunikačních procesech. Zásadní politická změna v období listopadu 1989 přinesla nejen obrat od vlády jedné strany k politické pluralitě a přesun našeho směřování

²⁹ MAREŠOVÁ, Hana. *Základy historické mluvnice češtiny s texty k rozboru* [online]. Olomouc: Univerzita Palackého, Pedagogická fakulta, 2008 [cit. 2017-07-07]. str. 7-26 Dostupné z: http://kcjl.upol.cz/kombcej/studijni_opory/zaklady_historicke_mluvnice.pdf.

³⁰ Tamtéž.

³¹ KŘÍSTEK, Václav. Pracovní proces a vývoj jazyka. *Naše řeč* [online]. 1951, **35**(1-2), 1-7 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=4211>.

z východu na západ, ale i s tím související procesy změn uvnitř naší společnosti. Prvním z nich je modernizace, která zahrnuje rozvoj techniky, vědy a informatizaci, druhým procesem je vznik masové společnosti, ve které dochází ke standardizaci způsobu života a ke značné uniformitě společnosti. Třetím a posledním procesem je globalizace společnosti.³²

I v současnosti pokračují vývojové změny českého jazyka. V současné době se v tomto ohledu posilují dvě hlavní vývojové tendence, a to tendence k intelektualizaci a tendence k demokratizaci jazyka. Tendence k demokratizaci se projevuje uplatňováním prostředků běžně mluveného jazyka ve spisovné normě. Tendence intelektualizační se dá jinak nazvat internacionalizační (evropeizační) tendencí. Demokratizační tendence se projevuje především na rovině fonetické/fonologické a morfologické, zatímco intelektualizační tendence především na rovině lexikální a syntaktické. Intelektualizace se může projevovat například zvyšování podílu odborné slovní zásoby v běžné komunikaci. Dochází ke zvyšování množství termínů a zároveň některé termíny přecházejí z odborného jazyka do publicistiky a běžného vyjadřování, např. „*arteterapie*“, „*floristika*“ apod. Jiným znakem intelektualizace je vzrůstající počet abstrakt, souvisejících s novými reáliemi, např. „*image*“. Dalším znakem intelektualizace je nárůst počtu přejímek, především z angličtiny. Anglicismy se objevují jako součást všech vrstev slovní zásoby, důležitou roli mají v některých odborných sférách (např. počítačová terminologie).³³

Demokratizační tendence se projevuje opačnými procesy než tendence intelektualizační. Projevuje se třeba zvýšenou mírou hovorovosti a jejího pronikání do spisovného jazyka anebo výraznou univerbizací, např. „*mikrovlnná trouba* = *mikrovlnka*“. Dalším znakem demokratizační tendence je užívání slangismů a profesionalismů. Ve zvýšené míře se používají v publicistice pro ozvláštnění textu nebo jako prostředek charakterizace mluvčích. Obě hlavní vývojové tendence nepůsobí ostře proti sobě, ale v mnoha aspektech se prolínají.³⁴

³² DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997. str. 12-13

³³ JANOVEC, Ladislav. K projevům jazykových vývojových tendencí v současné češtině. *Naše řeč* [online]. 2007, 97(2), 57-76 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7932>.

³⁴ Tamtéž.

2.3.3 Mezigenerační rozdíly v jazyce a jazyk mladé generace

Každá generace má svá jazyková specifika, protože jak je řečeno výše, jazyk se vyvíjí a reaguje na změny ve společnosti.

Mezigenerační rozdíly v jazyce lze jednoznačně doložit např. na vlivech jiných jazyků na češtinu. Jazyk současné mladé generace je ovlivněn hlavně angličtinou, vyznačuje se tedy používáním velkého množství anglicismů. Naproti tomu generace předchozí byly ovlivňovány jinými jazyky, právě v závislosti na situaci ve společnosti. Generace našich rodičů zažila intenzivní přítomnost ruštiny ve veřejném prostoru. Vliv ruštiny na český jazyk ale nebyl příliš velký, protože trval z historického hlediska poměrně krátkou dobu a ruština byla lidem vnucována režimem. Tento vnější tlak způsoboval odpor lidí k tomuto jazyku. Ruština proto ovlivňovala především jazyk v oblasti politiky a ideologie, v jiných oblastech minimálně, a po listopadu 1989 její vliv velmi rychle pominul. Příkladem rusismů v současné běžné slovní zásobě češtiny mohou být slova „nástěnka“ a „prověrka“, s nimiž se setkáváme ve školním prostředí. Oproti ruštině je současný vliv angličtiny masivní a dá se srovnat spíše s dřívějším vlivem němčiny, jak jsme se o něm zmínili v kapitole Jazyk a jeho vývoj.³⁵

Masivní nárůst používání anglicismů není typickým pouze pro dnešní dobu. Anglická slova se do češtiny začala dostávat již dříve, za komunistického režimu, a to zejména v oblasti zábavy. Tento jev lze snadno vysvětlit přitažlivostí západních hodnot v tehdejší nedemokratické státě a obdivem k životnímu stylu, který u nás byl nedostupný nebo přímo zakázaný. Problémem je, že anglicismy často přebíráme zbytečně i pro věci, které již mají své domácí pojmenování, např. „*P. O. Box* = *poštovní příhrádka*“.³⁶ V těchto případech mohou být přejímky motivovány větší atraktivností slov anglického původu ve srovnání s českou slovní zásobou.

Generace se mezi sebou liší také v míře užívání spisovného jazyka. Mladá generace dnes téměř neprojevuje zájem o spisovný jazyk. Spisovný jazyk používají jen, když jsou k tomu nuceni prostředím, tedy při oficiálních či úředních projevech nebo v oficiálním psaném textu. Ale i tehdy dochází k prohřeškům, protože mladá generace ovládá spisovný jazyk nedokonale. Je to dáno i tím, že v rodinném prostředí se spisovně nehovoří, používá se interdialekt, tedy v Čechách obecná čeština. I v psané publicistice

³⁵ DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997. str. 19-20.

³⁶ Tamtéž. str. 19-20.

a v jiných typech médií se ve větší míře používají nespisovné jazykové prostředky. Spisovný jazyk je mladé generaci nucen pouze ve školách, a protože mladí lidé obecně nechtějí být do ničeho nuceni, nemají potřebu se spisovný jazyk učit a používat ho. Dříve tradiční vlastenecký postoj už není „v kurzu“. Ruku v ruce s destandardizací jazyka a úpadkem jeho spisovné formy dochází i k jeho dekultivaci, např. k častějšímu užívání vulgárních výrazů.³⁷

Současná mladá generace je angličtinou silně ovlivňována. Anglicismy jsou přejímány ve všech oblastech a v obrovském množství, velmi často nahrazují slova domácího původu. Angličtina je teď mnohými lidmi vnímána jako jazyk, který ohrožuje češtinu a snaží se ji vytlačit z užívání. Jak jsme uvedli již dříve, lze to srovnat s vlivem němčiny na český jazyk v průběhu historie. Ale na rozdíl od němčiny se žádné puristické tendence v souvislosti s anglicismy zatím neobjevují. Spíše naopak, v módě je užívání co nejvíce anglicismů. Anglicismy jsou používány jednak z důvodu nepřeložitelnosti, také z důvodu jednoduchosti, protože anglická slova jsou většinou kratší než příslušný výraz přeložený do češtiny. Přejímky z angličtiny jsou motivovány i módností, mládež zaplňuje svoji mluvu anglickými prvky a připadá si tak „světovější“. Podle našeho názoru opak je pravdou, češtinu užívanou současnými mladými lidmi považujeme za velmi nekvalitní. Slovní zásoba mladých lidí je často velmi chudá a pro anglicismy neumí najít odpovídající výraz v češtině, přestože se jedná o výrazy z běžných situací. Příkladem může být skautská událost OBROK 17, setkání tisícovky roverů a rangers, tedy skautů od 15 do 24 let. Organizátory byli také mladí lidé, okolo 20 let. Nadbytečné užívání anglicismů touto skupinou mluvčích se projevilo např. tak, že informační brožurka se nazývala „*informační booklet*“, zmenšená verze používaná na místě se nazývala „*handbook*“, účastnické náramky jsou „*stripy*“, tábořiště bylo rozdělené do „*subcampů*“ 1-4, tedy do čtyř oblastí. A to bylo jen několik málo příkladů.

2.3.4 Proměny frazémů a jejich aktualizace

Frazeologie je součástí jazyka, a proto se vyvíjí spolu s ním. Můžeme v ní najít odraz různých vývojových etap našeho národního společenství. V české frazeologii najdeme přísloví např. z dob feudálních „*Panská láska po zajících skáče.*“, „*jaký pán,*

³⁷ Tamtéž. str. 16-18.

takový kmán“. Odráží se v ní také technický pokrok, např. „*makat jako šroub*“, „*mít něčeho plný brejle*“.³⁸

Na frazeologii se dá vývoj jazyka dobře zdokumentovat, protože zachovává některé ustupující morfologické, lexikální i syntaktické prvky. Jedná se například o užití jmenných tvarů adjektiv „*sám sobě ježek kadeřav*“ nebo přechodníkové tvary „*okolo močidla chodě*“. Tyto neobvyklé tvary se zčásti zachovávají kvůli rytmu a rýmování: „*jména hloupých na všech sloupích*“. Rytmičtvo můžeme pozorovat i u nově vzniklých nebo aktualizovaných frazémů „*neke a make*“ znamenající „*nekecej a makej*“, tedy dříve používané „*nemluv a pracuj*“.³⁹

V rámci aktualizace frazémů dochází i k rozšiřování jejich významu, např. „*jít do kytek*“ znamenalo dříve zemřít, zatímco dnes to znamená nezdár, neúspěch při nějaké práci (např. „*Měla jsem špatně syntaktický rozbor věty, takže celá zkouška šla do kytek*“).

U frazémů můžeme pozorovat sémantickou aktualizaci, např. výměnu složek obou částí „*není důležité se zúčastnit, ale vyhrát*“, vedoucí k úplnému obrácení smyslu frazému, nebo změnu druhého komponentu na protiklad „*sportem k trvalé invaliditě*“ na pozadí původního frazému „*sportem ku zdraví*“. Dalším příkladem může být frazém „*Co můžeš udělat dnes, neodkládej na zítřek*“, který se změnil v „*Co můžeš udělat zítra, odlož na pozítří a hned máš dva dny volna*“. Dalším typem probíhající aktualizace u frazémů je kontaminace, tj. křížení dvou frazeologických jednotek. Tyto kontaminace bývají záměrné i neúmyslné. Neúmyslné záměny lze pozorovat zejména při hodinách českého jazyka u mladších žáků nebo u žáků, kteří čtou málo nebo vůbec.⁴⁰

Jak bylo popsáno výše, v jazyce nejen vznikají nové jevy, ale často se jazyk vrací k prvkům ze starších období. Tento jev můžeme pozorovat v kulturní frazeologii, kde dochází k výraznému ožívání. V publicistických textech se zvyšuje výskyt kulturních frazémů citátových, a to přeložených i nepřeložených. Tento fakt souvisí se vstupem humanitně vzdělaných lidí do veřejného politického života. Nejčastěji se vyskytují neslovesné, krátké jmenné nebo předložkové obraty, např. „*de facto*“ (ve skutečnosti),

³⁸ ČECHOVÁ, Marie. Dynamika frazeologie. *Naše řeč* [online]. 1986, 69(4), 178-186 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6639>.

³⁹ Tamtéž.

⁴⁰ Tamtéž.

„*de iure*“ (podle práva), „*apriori*“ (z předchozího). Některé z těchto obrátů byly už ve Slovníku spisovného jazyka českého (1960–71) označeny jako zastaralé, ale nyní je můžeme opět běžně potkat při četbě. Dochází samozřejmě i ke tvoření nových kulturních frazémů. Za relativně nový frazém lze považovat např. „*být konzerva*“ jako hanlivé označení konzervativce nebo označení zpátečnického člověka, který nerad mění své názory a postoje.⁴¹

V rámci frazeologie vznikají také frazeologické neologismy, svědčí o tom doklady zejména z publicistiky a hovorového stylu.⁴² Tato práce se jimi ale nebude zabývat. Dá se však předpokládat, že neologické frazémy by byly známé hlavně lidem, kteří čtou noviny a časopisy, ve kterých je výskyt tohoto typu frazémů nejčastější.

2.3.5 Stratifikace frazémů

Frazeologie může být součástí slangu nějaké skupiny, např. studentský slang a frazémy „*bejt dutej*“⁴³, „*hodit čeličko*“⁴⁴. Slangová frazeologie ale nebyla dosud českou a slovenskou lingvistikou soustavněji studována. Vlastní frazeologii mohou mít i jednotlivé rodiny. Tyto frazémy vznikají často na základě nějakého dětského výroku, často vtipného, který se stane součástí vyjadřování dané rodiny. Mohou také vzniknout frazeologizací oblíbeného výroku jednoho člena rodiny, např. otce „*životní zkušenosti jsou cenné, ale drahé*“.⁴⁵

Může se stát, že se frazém z původního uzavřeného okruhu rozšíří do širší společnosti a stane se všeobecně srozumitelným, např. „*Nebreč, máma ti koupí slona*.“ Tento frazém je rozšířen obecně, ale má své regionální varianty, např. v moravskoslezské oblasti: „*Nebeč, mama kupi slona, tata nafuka, ty pichneš*.“, naproti tomu ve středních Čechách se používá „*Nebreč, máma ti koupí slona. Růžovýho!*“⁴⁶

⁴¹ ČECHOVÁ, Marie. Kulturní frazeologie v současné komunikaci. *Naše řeč* [online]. 1993, **76**(4), 179-183 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6639>.

⁴² HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. 2. vydání. Praha: SPN, 1980. str. 47.

⁴³ BÁČA, Milan. K výzkumu studentského slangu. *Naše řeč* [online]. 1985, **68**(2), 78-87 [cit. 2017-07-08]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6531>.

⁴⁴ Aktuálně.cz: *Hustokrutopřísný, swag, fejs. Tak mladí mění český jazyk* [online]. [cit. 2017-07-08]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/cool-mluva-studentu-chceme-byt-v-obraze-rikaji-cestinari/r~0c282faca90c11e3aa20002590604f2e/>.

⁴⁵ ČECHOVÁ, Marie. Dynamika frazeologie. *Naše řeč* [online]. 1986, **69**(4), 178-186 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6639>.

⁴⁶ Tamtéž.

2.3.6 Využívání a proměny frazémů u mladé generace

Výzkum proběhlý v roce 1984/85 a týkající se užívání frazémů u tehdejší mladé generace naznačil ústup tradiční lidové frazeologie, která je vázána na dobové poměry, např. „*komu celá ves boty kupuje, chodí bos*“, zároveň ale ukazuje znalost frazeologie novější a slangové. Výzkum probíhal na pražských základních a středních školách a na vysoké škole u studentů s kombinací českého jazyka. Bylo zjištěno, že některé frazémy se stávají pro mládež nesrozumitelnými, a proto mizí z vyjadřování mladé generace.⁴⁷

Mládež obecně má potřebu vymezovat se proti předchozím generacím, a to i v jazyce. Frazémy běžně používané si proto mladí mluvčí aktualizují do nové podoby, buď zachováním významu a změnou tvaru, nebo změnou významu a částečným uchováním tvaru, např. „*mluviti stříbro, mlčeti – nedostatečná*“. Často vznikají nová přirovnání, a to obměnou stávajících, např. „*nenápadný jako sáně v létě*“, jako „*sněhulák v létě*“, jako „*mrkev v zimě*“ apod. Pravostranné komponenty jsou zde vždy v protikladu k levým komponentům.⁴⁸

V určitém období je pro mládež typická vulgární mluva, a to zejména v období vzdoru. Projevuje se to i vznikem vulgárních frazémů, např. „*vychcanej jak díra do sněhu*“.

Mládež si také ráda dělá ze všeho a za každých okolností legraci. Ani tomu frazémy neunikly, a proto se setkáváme se záměrnými úpravami frazémů tak, aby působily vtipně, např. „*kdo jinému jámu kopá, je hrobař*“ nebo „*kdo jinému jámu kopá, je u něho na brigádě*“. Tato záměna vznikla nahrazením druhé části frazému nefrazeologickou jednotkou, pouhým konstatováním.⁴⁹

Pro mladou generaci jsou obtížně srozumitelné frazémy latinského a řeckého původu. Některé latinské výroky zůstávají nepřeloženy a jejich význam je tak znám pouze studentům, kteří prošli výukou latiny. Nepřeložené latinské citáty se často používají v literární tvorbě a mladá generace jejich smysl většinou pouze odhaduje a někdy nesprávně chápe, např. „*Lex uno ore omnes alloquitur*“ (Zákon jedněmi ústy

⁴⁷ Tamtéž.

⁴⁸ Tamtéž.

⁴⁹ Tamtéž.

hovoří ke všem.). Problémem jsou ale i frazémy přeložené, a to z důvodu, že jim ve výuce není věnována příliš velká pozornost a jejich znalost tak upadá.⁵⁰

Jak bylo dříve několikrát zmíněno, velký vliv na češtinu má v současné době angličtina. A s tím souvisí i přebírání anglických frazémů. Ve společnosti jsou používány převážně mladou generací, ale s rozšiřováním znalostí angličtiny se rozšiřuje i jejich znalost doslovným přeložením anglických idiomů. Mezi známé anglické frazémy patří např. „*poker-face*“ (neproniknutelný výraz tváře) nebo „*take it easy*“ (buď v pohodě). Anglické frazémy jsou často používány z důvodu bezekvivalentnosti frazému v češtině. Anglický vliv se projevuje i doslovným přeložením anglických idiomů, např. „*take a bus*“ je do češtiny správně přeloženo jako „*jet autobusem*“, ale sloveso „*take*“ použité mimo tento idiom má význam „*vzít*“ a do češtiny se tak dostává v doslovném překladu „*vzít si autobus*“.⁵¹

Mladá generace často počestňuje anglicismy, případně míchá angličtinu s češtinou. Tento jev je relativně nový a objevuje se hlavně na sociálních sítích, jako je Facebook, kde vznikají „meme“ s využitím angličtiny i češtiny.⁵²

⁵⁰ ČECHOVÁ, Marie. Dynamika frazeologie. *Naše řeč* [online]. 1986, **69**(4), 178-186 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6639>.

⁵¹ ČECHOVÁ, Marie. Kulturní frazeologie v současné komunikaci. *Naše řeč* [online]. 1993, **76**(4), 179-183 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6639>.

⁵² Tamtéž.

3 Praktická část

3.1 Metodologie výzkumu

3.1.1 Dotazník

Dotazník byl vytvořen ve dvou formách. Jeden typ sloužil k vytištění a rozdávání respondentům, kteří nemají přístup k počítači nebo s ním neumí/nechtějí pracovat. Druhý typ byl vytvořen pomocí webové stránky *vyplnto.cz*, na které jej respondenti zároveň vyplňovali. Všechny dotazníky prvního typu (vyplňované písemně do tiskopisu) byly následně přepsány do elektronické formy shodné s druhým typem, aby mohlo dojít ke správnému vyhodnocení.

Dotazník má 21 otázek. První tři otázky v dotazníku jsou zaměřeny na osobu respondenta. Ptají se na věk, pohlaví a nejvyšší dosažené vzdělání.

Lingvistická část dotazníku se skládá z osmnácti otázek, polovina otázek je otevřená, druhá polovina otázek je uzavřená. Všechny otázky se ptají na význam daného frazému. Protože respondenti většinou neznají slovo frazém a mohlo by je v otázkách zbytečně mást, je v dotazníku použit výraz „slovní spojení“. V uzavřených otázkách vybírají respondenti z 5 možností, které jim jsou nabízeny. Při vytváření dotazníku jsme se snažili, aby možnosti zahrnovaly jednu nepravděpodobnou, jednu pravděpodobnou (ale přesto nesprávnou nebo nepřesnou), jednu správnou a jednu vtipnou variantu. Šestou variantou byla původně odpověď „nevím“, která byla ale po dohodě s vedoucí práce vyškrtána. Obávali jsme se totiž, že by se někteří respondenti k možnosti „nevím“ uchýlovali příliš často, pokud by třeba jen trochu váhali nad správnou odpovědí. Zároveň nebylo jednoznačné, co odpověď „nevím“ bude vyjadřovat. Někteří respondenti by ji mohli volit, pokud by frazém neznali, kdežto jiní v případě, že by pouze váhali mezi některými odpověďmi a nebyli si jisti. V průběhu samotného výzkumu se ukázalo, že některým respondentům tato varianta chyběla. Poukazovali také na fakt, že správná odpověď se dá odhadnout, což může vést k znehodnocení výsledků výzkumu. Z tohoto důvodu se ukázalo jako vhodné, že je v dotazníku druhá polovina otázek otevřená.

Rozdělení otázek na uzavřené a otevřené není náhodné, ačkoliv by se to mohlo zdát, ale je subjektivní. Snažili jsme se, aby byly v uzavřených i otevřených otázkách zastoupeny rovnoměrně „těžké“ frazémy, a zároveň aby byly v otevřených i uzavřených

otázkách rovnoměrně zastoupeny všechny kategorie použitých frazémů, tedy jak frazémy kulturní, tak lidové.

Průměrná doba vyplňování internetových dotazníků byla téměř osm minut, webová stránka obsahovala funkci sledování času.

3.1.2 Frazémy použité v dotazníku

V dotazníku jsou použity frazémy, které jsou vybrány ze Slovníku české frazeologie a idiomatiky (Čermák a kol., dále zkracujeme jako SČFI). Použity jsou jak frazémy větné, tak nevětné. Kritériem pro výběr frazémů byla jejich přináležitost do jedné ze dvou skupin, a to mezi frazémy lidové a frazémy kulturní, dál byl výběr subjektivní. Frazémy kulturní jsou zastoupeny biblismy a frazémy antického původu, celkem je jich 10. Z biblismů jsme vybrali tyto frazémy: „*Jobova zvěst*“; „*nést Kainovo znamení*“; „*být v Adamově/Evině rouše*“; „*stát jako solný sloup*“; „*kámen úrazu*“. Frazémy antického původu reprezentují tyto položky: „*mít Janusovu tvář*“; „*trojský kuň*“; „*gordický uzel*“; „*vyčistit Augiášův chlév*“; „*sisyfovská práce*“. Lidových frazémů je 8 a do této kategorie patří: „*kalhoty na půl žerdi*“; „*kupovat zajíce v pytli*“; „*být čertovo kvítko*“; „*jít cugrunt*“; „*být jako kůl v plotě*“; „*být na huntě*“; „*smrdět korunou*“; „*házet perly sviním*“.

Za „těžké“ frazémy považujeme lidové frazémy obsahující germanismus „*jít cugrunt*“ a „*být na huntě*“. Z kulturních frazémů jsou dle našeho názoru těžší frazémy antického původu, konkrétně „*mít Janusovu tvář*“ a „*vyčistit Augiášův chlév*“.

Frazémy jsou v dotazníku seřazeny v tomto pořadí: lidové frazémy na prvním místě, biblismy na druhém a na konci frazémy s antickým původem. Lidové frazémy byly na první místo dány kvůli předpokladu, že lidovým frazémům respondenti rozumí více než kulturním a že tedy pro účastníky našeho výzkumu bude snazší a příjemnější začít jednoduššími otázkami. Očekávali jsme, že respondenti budou takovým úvodem povzbuzeni a vytrvají ve vyplňování dotazníku i v další části, která obsahuje obtížnější kulturní frazémy. Na konci dotazníku byl uveden kontakt pro případné reakce respondentů, a někteří respondenti jej využili a potvrzovali fakt, že pokud by na začátku dotazníku byly frazémy kulturní, dotazník by nevyplnili.

Webová stránka, na které byl dotazník uveřejněn, ukazovala také počty respondentů, kteří v daný den dotazník vyplňovali nebo začali vyplňovat a u které otázky případně skončili. Díky těmto údajům se potvrdil náš předpoklad, že obtížnější

úkoly respondenty odradily. Největší odliv respondentů byl po úvodních třech otázkách zjišťujících údaje o osobě respondenta, tedy na místě, kde začínala lingvistická část dotazníku. Další vlna ukončování dotazníků byla u první otázky dotazující se na význam kulturního frazému, tato vlna ale už byla mnohem menší.

Celková návratnost dotazníku byla 67,1 %. Návratnost dotazníků je dána poměrem vyplněných a zobrazených dotazníků. Tento údaj bere v potaz pouze respondenty, kteří si zobrazili úvodní text, tedy klikli na odkaz na dotazník.

3.2 Respondenti

Věkové rozložení respondentů ve výzkumu se částečně odvíjí od způsobu šíření dotazníků. Respondenty ve věkových kategoriích 16–20 a 21–40 jsme získali díky šíření odkazu na webový dotazník na sociálních sítích. Věková kategorie 0–15 byla získána především díky ochotě ZŠ v Uhlířských Janovicích, kde se výzkumu zúčastnili žáci 2. stupně v rámci výuky českého jazyka. Věkovou kategorii 41–60 zastoupili zejména učitelé a pracovníci ZŠ Uhlířské Janovice, účastnice hodin aerobiku a hráči stolního tenisu organizace TJ Sokol Uhlířské Janovice. Věková kategorii 61+ byla většinou získána v domově důchodců a v pečovatelském domě v Uhlířských Janovicích; tito respondenti vyplňovali dotazník písemně v papírové podobě. I v těchto věkových kategoriích jsme získali další respondenty prostřednictvím internetu.

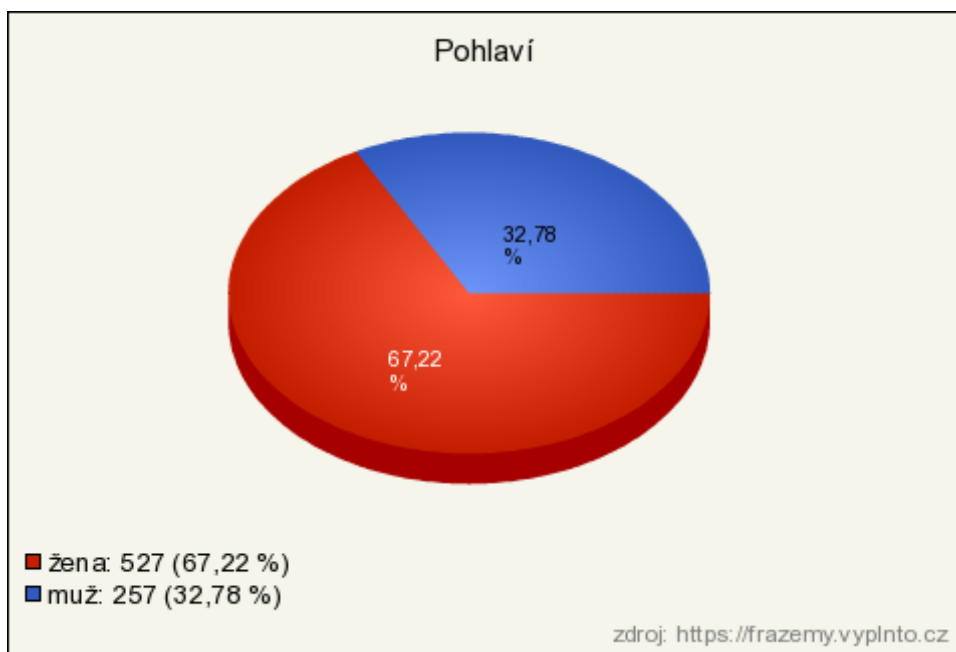
Celkem dotazník vyplnilo 784 respondentů. Ke struktuře respondentů podle pohlaví a věku se vrátíme v dalším textu.

Internetová aplikace vyplnto.cz, kde byla elektronická verze dotazníku vyvěšena, umožňuje sledovat, z kterého webu se respondent kliknutím na dotazník dostal. Nejčastěji se jednalo o následující weby:

- m.facebook.com (34,4 %)
- facebook.com (18 %)
- vyplnto.cz (7,8 %)
- bing.com (3,7 %)
- email.seznam.cz (2,9 %)
- l.facebook.com (1,8 %)
- mail.centrum.cz (0,9 %)
- postak.ujc.cas.cz (0,6 %)
- lm.facebook.com (0,4 %)

- rodina.cz (0,4 %)
- search.seznam.cz (0,3 %)
- google.cz (0,3 %)
- nezjištěno (28 %) ⁵³

3.2.1 Rozdělení respondentů podle pohlaví a věku

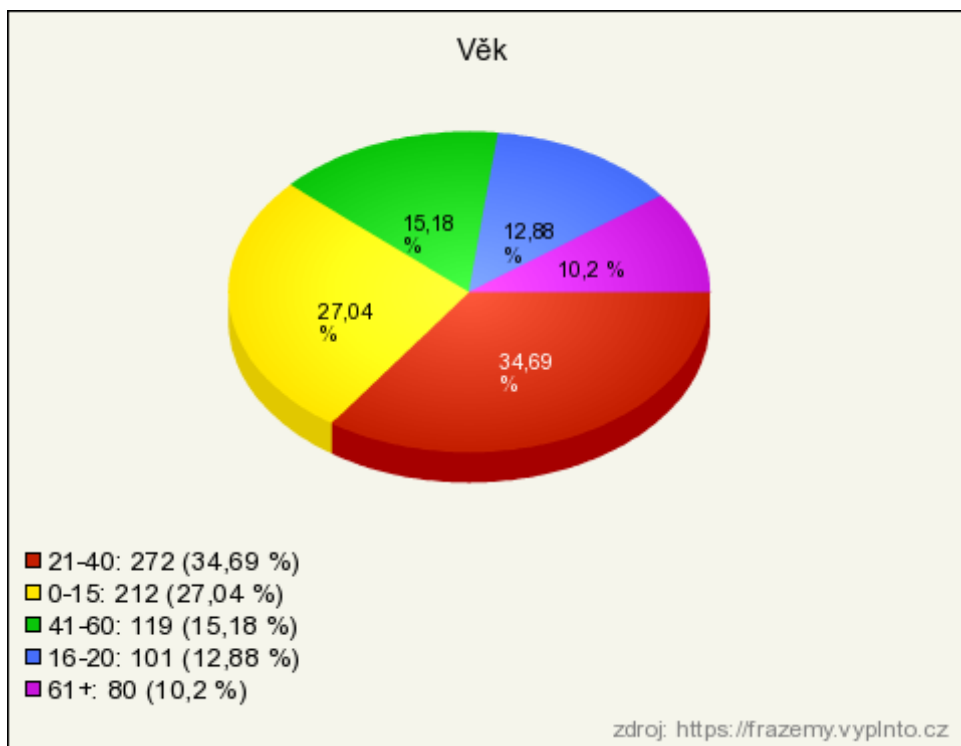


Graf č. 1

Na přiloženém grafu č. 1 vidíme rozložení respondentů podle pohlaví. Ženy jsou zastoupeny nepoměrně více než muži. Toto rozdělení má více důvodů. Za prvé je v souladu s celkovou mírnou převahou žen v populaci České republiky: v roce 2003 to bylo 48,7 % mužů a 51,3 % žen. ⁵⁴ Za druhé je známo, že ženy se dožívají vyššího věku, takže zejména u nejstarší kategorie mají velkou převahu. Místa šíření dotazníků jsou také typičtější spíše pro ženy než pro muže, ve školství a na vybraných diskuzních fórech (např. emimino) se pohybuje jen malé procento mužů.

⁵³ ŠVARCOVÁ, L. – *Frazémy (výsledky průzkumu)*, 2017. Dostupné online na <https://frazemy.vyplnto.cz>.

⁵⁴ Pohlaví věk. *Demografie* [online]. [cit. 2017-06-01]. Dostupné z: http://www.demografie.info/?cz_pohlavivek



Graf č. 2

Na přiloženém grafu č. 2 vidíme rozdělení respondentů podle věku. Nejmladší kategorie 0–15 je zastoupena 212 respondenty. Kategorie 16–20 je zastoupena 101 respondenty. Největší zastoupení je v kategorii 21–40 let, celkem 272 respondentů. Tento počet je způsoben tím, že tato věková kategorie se na sociálních sítích, kde byl dotazník šířen, vyskytuje nejvíce. Kategorie 41–60 je zastoupena 119 respondenty. Kategorie 61+ je zastoupena 80 respondenty.

Naším cílem bylo získat v každé kategorii alespoň 100 respondentů, aby byly výsledky výzkumu srovnatelné. Nejstarší věková kategorie se však na internetu téměř nevyskytuje, proto byly v místě bydliště autora této práce využity všechny instituce pracující s touto věkovou kategorií. Přesto se nepodařilo získat sto respondentů, některé vyplněné dotazníky v papírové formě totiž musely být vyřazeny z důvodu nevyplnění všech otázek. Tento problém byl způsoben špatným zdravotním stavem, který je u věkové kategorie 61+ bohužel častý a v domově seniorů, kde byl dotazník šířen, je značná část klientů postižena Alzheimerovou chorobou.

3.2.2 Rozdělení respondentů podle dosaženého vzdělání



Graf č. 3

Na přiloženém grafu č. 3 vidíme rozložení respondentů podle jejich dosaženého vzdělání. Dosažené vzdělání nám samo o sobě nic neřekne, protože musíme brát v potaz rozdílný věk respondentů. Velké procento respondentů s nedokončenou základní školou tedy znamená pouze velké zastoupení respondentů mladších 15 let.

Z grafu ale můžeme vyčíst, že většina respondentů měla vyšší vzdělání, převažují respondenti s maturitou a s vysokou školou. Vzdělanost respondentů by se měla promítnout do výsledků dotazníku.

Tabulka č. 1

	Neukončená ZŠ	ZŠ	SŠ bez maturity	SŠ s maturitou	VŠ - Bc.	VŠ vyšší než Bc.
0–15	78,77 % (167)	20,75 % (44)	0	0	0	0,48 % (1)
16–20	0,99 % (1)	43,56 % (44)	7,93 % (8)	45,54 % (46)	1,98 % (2)	0
21–40	0	0,36 % (1)	0,36 % (1)	51,13 % (139)	15,80 % (43)	32,35 % (88)
41–60	0	0,84 % (1)	6,73 % (8)	32,78 % (39)	10,08 % (12)	49,57 % (59)
61+	5 % (4)	17,5 % (14)	22,50 % (18)	31,25 % (25)	0	23,75 % (19)

Tabulka č. 1 ukazuje rozložení respondentů v závislosti na vzdělání. Vidíme, že v kategorii 0–15 se vyskytuje jeden respondent se vzděláním vyšší než Bc., to je samozřejmě nemožné a je to nejspíše chyba při vyplňování („*ukliknutí*“). Jedná se o tzv. systematickou chybu.

Dále vidíme, že relativně velké množství respondentů z kategorie 61+ má nižší vzdělání než zbytek respondentů. Tento fakt bude při výsledcích hrát velkou roli. V kategorii 61+ se nevyskytuje žádný respondent s bakalářským stupněm vysoké školy, který se na českých vysokých školách objevil až v 90. letech 20. století.

3.3 Výsledky výzkumu

Tato část práce představuje výsledky zjištěné z dotazníku. Nejprve se budeme věnovat vyhodnocení otázek uzavřených, které jsou doplněny grafickým znázorněním ve formě grafů a tabulek a jejichž zhodnocení bylo snazší. Poté se budeme věnovat otevřeným otázkám, jejichž výsledky rovněž prezentujeme pomocí tabulek. Vyhodnocení otevřených otázek je obtížnější jednak kvůli velkému množství názorově odlišných odpovědí a také z důvodu, že odpověď nikdy přesně neodpovídá definici uvedené ve slovníku. Musíme proto pátrat po jejím smyslu, přemýšlet, jak to autor myslel a zda jeho odpověď skutečně vyjadřuje to, co frazém znamená.

U otevřených otázek za správnou odpověď považujeme takovou, která se podobá definici z SČFI nebo se s ní zcela shoduje. Dále vyhodnocujeme, kolik

respondentů odpověď neznalo vůbec a odpovědělo ve smyslu nevím/neznám. Se špatnými odpověďmi pracujeme samostatně a vybíráme zajímavé nebo velmi časté odpovědi.

U otevřených otázek se občas vyskytne odpověď, která vůbec neodpovídá na význam frazému, např. respondenta dotazník zřejmě již nudil, tak stiskl několik písmenek na klávesnici, aby ho webová stránka pustila k dalším otázkám. Tyto odpovědi považujeme za špatné odpovědi a započítáváme je v procentuálním hodnocení.

Při práci s odpověďmi z otevřených otázek upravujeme odpovědi tak, aby neobsahovaly hrubé pravopisné chyby, a doplňujeme diakritiku, jinak je ponecháváme tak, jak byly napsány v dotazníku.

3.3.1 Lidové frazémy v uzavřených otázkách

Lidové frazémy v uzavřených otázkách jsou zastoupeny těmito položkami: „kupovat zajíce v pytli“, „jít cugrunt“, „být na huntě“, „házet perly sviním“.

Kupovat zajíce v pytli



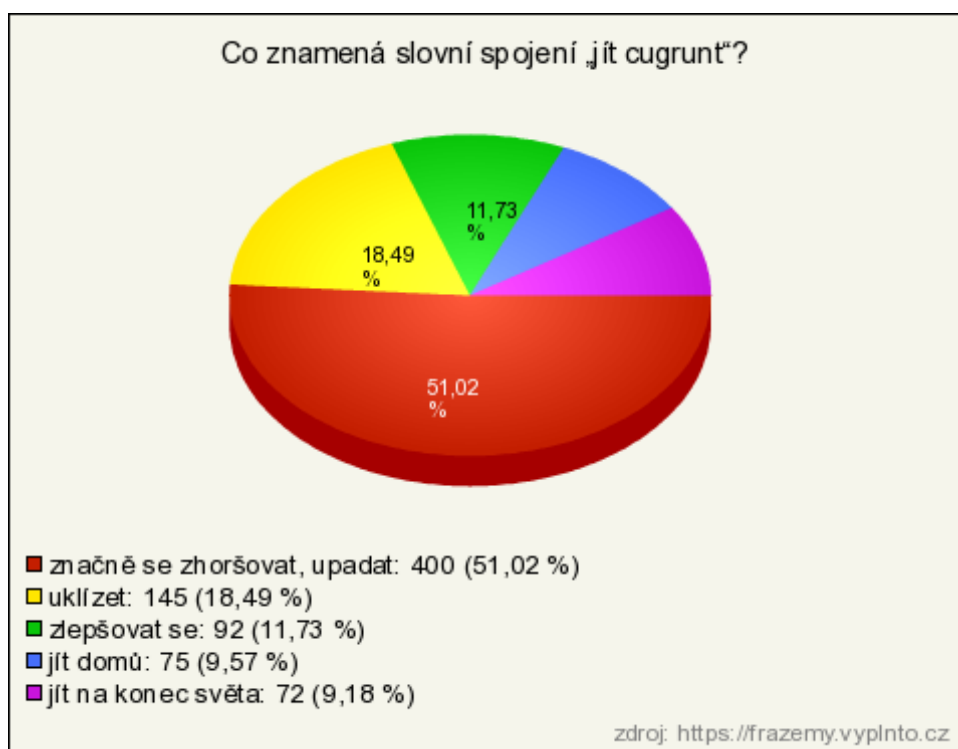
Graf č. 4

Na přiloženém grafu č. 4 vidíme, že pro téměř 93 % respondentů je frazém „*kupovat zajíce v pytli*“ známý a nemají problém mu porozumět. Nejčastější špatnou odpovědí byla odpověď: „*kupovat něco ošklivého*“, téměř 5 % respondentů uvedlo tuto odpověď jako správnou.

V tabulce č. 2 vidíme rozložení odpovědí v rámci věkových kategorií. Nejúspěšnější byla u tohoto frazému generace 21–40 a 41–60, a to se 100 % správných odpovědí. Hned za nimi s 98% úspěchem byla generace 16–20. Nejhuře skončila ve srovnání s ostatními generacemi generace 0–15, s pouhými 78 % správných odpovědí. Generace 61+ dosáhla úspěšnosti 86 %.

Tabulka č. 2

	kupovat zvíře v pytli, aby neuteklo	kupovat zajíce	kupovat něco hezkého	kupovat něco ošklivého	kupovat něco neprověřeného
0–15	7 (3,30 %)	2 (0,95 %)	7 (3,30 %)	31 (14,62 %)	165 (77,83 %)
16–20	0	1 (0,99 %)	0	1 (0,9 9%)	99 (98,02 %)
21–40	0	0	0	0	272 (100 %)
41–60	0	0	0	0	119 (100 %)
61+	3 (3,75 %)	1 (1,25 %)	0	7 (8,75 %)	69 (86,25 %)



Graf č. 5

Na přiloženém grafu č. 5 vidíme výsledky porozumění frazému „*jít cugrunt*“, který dle SČFI znamená, že člověk, společnost, organizace apod. ve své funkci, životě, popř. zdraví a síle se výrazně, značně zhoršuje, upadá, chátrá a blíží se úplnému úpadku nebo zhroutilí⁵⁵.

U tohoto frazému bylo celkově 51 % správných odpovědí. Nejčastější špatnou odpovědí byla odpověď „uklízet“. Tuto špatnou odpověď zvolilo 18 % respondentů. Tento omyl nastal nejspíše proto, že sloveso „*gruntovat*“ znamená uklízet a slovo „*cugrunt*“ má stejný kořen s tímto slovesem.

Z tabulky č. 3 vidíme, že nejsprávněji odpovídaly generace 41–60 a 61+ se 77% úspěchem. Druhou nejúspěšnější generací byla generace 21–40 s 54% úspěchem. Generace 16–20 dosáhla 40% úspěchu. Na posledním místě skončila generace 0–15, která dosáhla pouze 28% porozumění.

⁵⁵ SČFI III, str. 261.

Tabulka č. 3

	jít domů	jít na konec světa	uklízet	zlepšovat se	značně se zhoršovat, upadat
0–15	19 (8,96 %)	34 (16,04 %)	74 (34,91 %)	26 (12,26 %)	59 (27,83 %)
16–20	12 (11,88 %)	11 (10,89 %)	24 (23,76 %)	14 (13,86 %)	40 (39,61 %)
21–40	34 (12,50 %)	10 (3,68 %)	36 (13,24 %)	45 (16,54 %)	147 (54,04 %)
41–60	5 (4,20 %)	10 (8,49 %)	7 (5,88 %)	5 (4,20 %)	92 (77,31 %)
61+	5 (6,25 %)	7 (8,75 %)	4 (5 %)	2 (2,50 %)	62 (77,50 %)

Házet perly sviním



Graf č. 6

Z grafu č. 6 vidíme, že frazém „házet perly sviním“ je respondentům dobře známý. Jeho znalostí oplývá 92 % respondentů. A z tabulky č. 4 vidíme, že se 100% úspěchem odpověděla generace 41–60. Všechny ostatní generace, kromě generace 0–15, se dostaly na a za 90% hranici porozumění tomuto frazému. Je tedy vidět, že tento frazém znají téměř všechny generace.

Tabulka č. 4

	dávat dárky ženám	dělat něco bez užitku, zbytečně	dělat něco s radostí	dělat něco úspěšně	krmit prasata
0–15	12 (5,66 %)	167 (78,77 %)	13 (6,13 %)	5 (2,36 %)	15 (7,08 %)
16–20	2 (1,98 %)	97 (96,04 %)	1 (0,99 %)	1 (0,99 %)	0
21–40	2 (0,74 %)	268 (98,52 %)	1 (0,37 %)	0	1 (0,37 %)
41–60	0	119 (100 %)	0	0	0
61+	3 (3,75 %)	72 (90 %)	0	1 (1,25 %)	4 (5 %)

Být na huntě



Graf č. 7

Frazém „*být na huntě*“ je méně známým frazémem, označuje člověka, zvíře, podnik apod., obvykle po vypětí, dlouhém užívání apod., znamená tedy být zcela vyčerpaný, vyřízený, oslabený a nemoci už pokračovat nebo být ve velmi špatné situaci.⁵⁶

⁵⁶ SČFI III, str. 233.

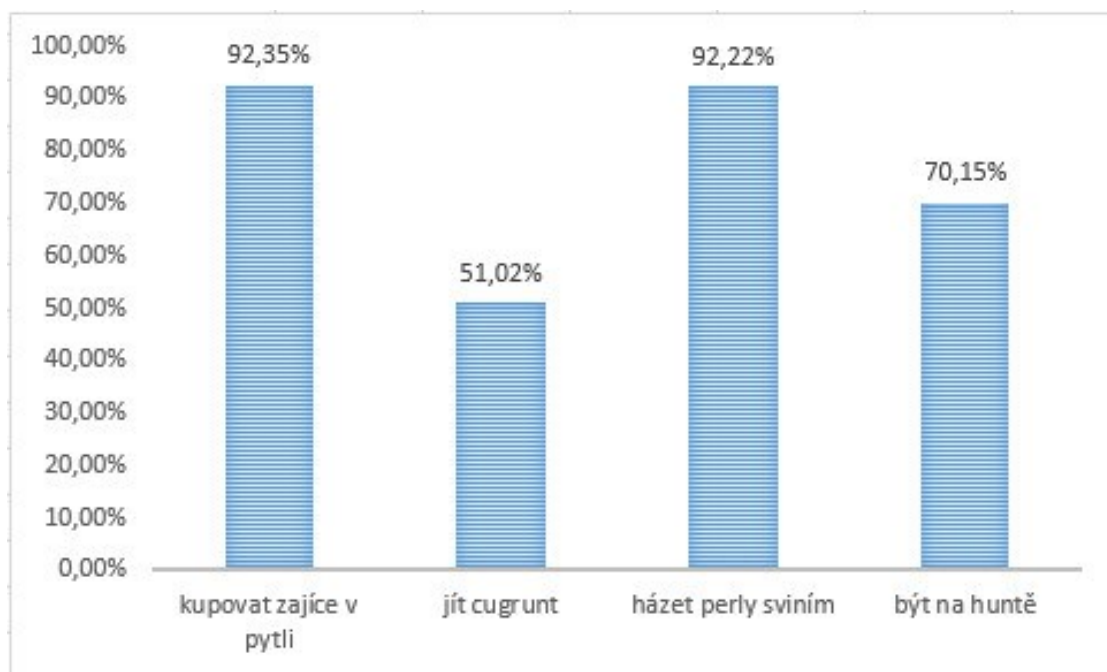
Z grafu č.7 vidíme, že jeho význam je znám 70 % respondentů. Myslíme si, že tento frazém není mezi respondenty příliš známý, ale sloveso „*zhuntovat*“ známé je a nebyl proto problém význam daného frazému odvodit. Nejčastější špatnou odpovědí byla odpověď „*být na poli*“, tuto možnost zvolilo 11 % respondentů. Možným vysvětlením je podobnost slova *hunt* se slovem *humno*, které označuje část stodoly nebo pozemek ke skladování obilí, a tak se spojení s polem nabízelo jako nejpravděpodobnější.

Z tabulky č. 5 pak vidíme, že s porozuměním tomuto frazému nemají problém především kategorie 41–60 a 61+, které pokořily hranici 90 % správných odpovědí. Kategorie 21–40 dosáhla na 72 % správných odpovědí. Kategorie 16–20 dosáhla 57 % správných odpovědí. A na pomyslném posledním místě skončila kategorie 0–15 s 50 % správných odpovědí.

Tabulka č. 5

	zemřít	být na chatě	být na poli	být nabitý energií	být zcela vyčerpaný
0–15	23 (10,85 %)	31 (14,62 %)	31 (14,62 %)	21 (9,91 %)	106 (50 %)
16–20	10 (9,90 %)	11 (10,89 %)	16 (15,84 %)	6 (5,94 %)	58 (57,43 %)
21–40	13 (4,78 %)	16 (5,88 %)	35 (12,87 %)	12 (4,41 %)	196 (72,04 %)
41–60	0	2 (0,68 %)	1 (0,84 %)	0	116 (97,48 %)
61+	2 (2,50 %)	2 (2,50 %)	0	2 (2,50 %)	74 (92,5 %)

Shrnutí úspěšnosti u lidových frazémů v uzavřených otázkách



Graf č. 8

Na tomto sloupcovém grafu č. 8 můžeme jasně rozpoznat, že výzkum prokázal, že frazémy „*kupovat zajíce v pytli*“ a „*házet perly sviním*“ se těší dobré míře porozumění, oba přesáhly 90% hranici porozumění. Můžeme z toho usuzovat, že tyto frazémy jsou běžně používané, a proto je znají všechny generace. Frazém „*být na huntě*“ je známý nadpoloviční většině respondentů, je na tom tedy o něco hůře než předchozí frazémy, ale stále je ještě relativně známý. A frazém „*jít cugrunt*“ zná už jen pouhá polovina respondentů.

Potvrzuje se předpoklad, který jsme vyslovili v kapitole Jazyk a jeho vývoj, že germanismy včetně frazémů obsahujících prvky německého původu postupně vycházejí z užívání. Oba frazémy obsahující germanismus byly pro naše respondenty výrazně méně srozumitelné než druhé dva frazémy, které se skládají pouze z původem českých nebo zcela zdomácnělých slov. Z tabulek je zřejmé, že jak u frazému „*být na huntě*“, tak u frazému „*jít cugrunt*“ porozumění plynule klesalo s věkem (na rozdíl od zbývajících dvou frazémů, kde takovou jednoznačnou závislost nepozorujeme). Toto zjištění vysvětlujeme tak, že nejstarší generace se ještě s germanismy setkávala běžně, kdežto mladší generace je znají a užívají stále méně.

3.3.2 Kulturní frazémy v uzavřených otázkách

Kulturní frazémy v uzavřených otázkách jsou tyto: „*nést Kainovo znamení*“; „*rozetnout gordický uzel*“; „*sisyfovská práce*“; „*stát jako solný sloup*“ a „*mít Janusovu tvář*“.

Nést Kainovo znamení



Graf č. 9

Frazém „*nést Kainovo znamení*“ má původ v bibli, v příběhu o Kainovi a Ábelovi. Kain zabije svého bratra Ábela kamenem a Bůh jej za to potrestá a prokleje. Ale aby Kaina všichni poznali a nikdo ho nezabil, Bůh ho označil znamením, které každého upozornilo, že tento člověk je bratrovrah.

Z grafu č. 9 vidíme, že frazém „*nést Kainovo znamení*“ je známý frazém, jeho význam zná téměř 88 % respondentů. Nejčastější špatnou odpovědí je odpověď opačná té správné, tedy „*mít dobrou pověst*“, ale její zastoupení není příliš četné, jedná se o pouhých 5 %.

Z tabulky č. 6 pak vidíme, že nejlépe odpovídala generace 41–60, která dosáhla 98% úspěchu. Dobře na tom ale byly i generace 16–20 a 21–40, které přesáhly hranici 90 % úspěšnosti. Generace 61+ dosáhla 89 % správných odpovědí. Nejhůře odpovídala generace 0–15, která dosáhla 67 % správných odpovědí. Pořád je to velmi dobrý

úspěch, protože všechny generace měly nadpoloviční většinu odpovědí správných. Můžeme tedy říci, že tento frazém je dobře známý všem generacím. Biblický příběh o Kainovi a Abelovi je velmi známý, často se vyučuje ve škole v rámci literární výchovy, a tak jej znají i mladší generace, které většinou nejsou věřící a nezažily školní výuku náboženství. Trochu menší úspěšnost nejstarší generace v porovnání se třemi mladšími generacemi je proto překvapivá.

Tabulka č. 6

	mít dobrou pověst	mít piercing	mít špatnou pověst	mít tetování	nemít žádnou pověst
0–15	31 (14,62 %)	9 (4,25 %)	141 (66,51 %)	23 (10,85 %)	8 (3,77 %)
16–20	2 (1,98 %)	2 (1,98 %)	94 (93,07 %)	3 (2,97 %)	0
21–40	4 (1,47 %)	1 (0,37 %)	265 (97,42 %)	1 (0,37 %)	1 (0,37 %)
41–60	0	0	117 (98,32 %)	1 (0,84 %)	1 (0,84 %)
61+	3 (3,75 %)	4 (5 %)	71 (88,75 %)	2 (2,5 %)	0

Rozetnout gordický uzel



Graf č. 10

Frazém „rozetnout gordický uzel“ pochází z antických bájí. Král Gordius, původně chudý sedlák, obětoval Diovi svůj vůz a přivázal jej v chrámu ke sloupu uzlem

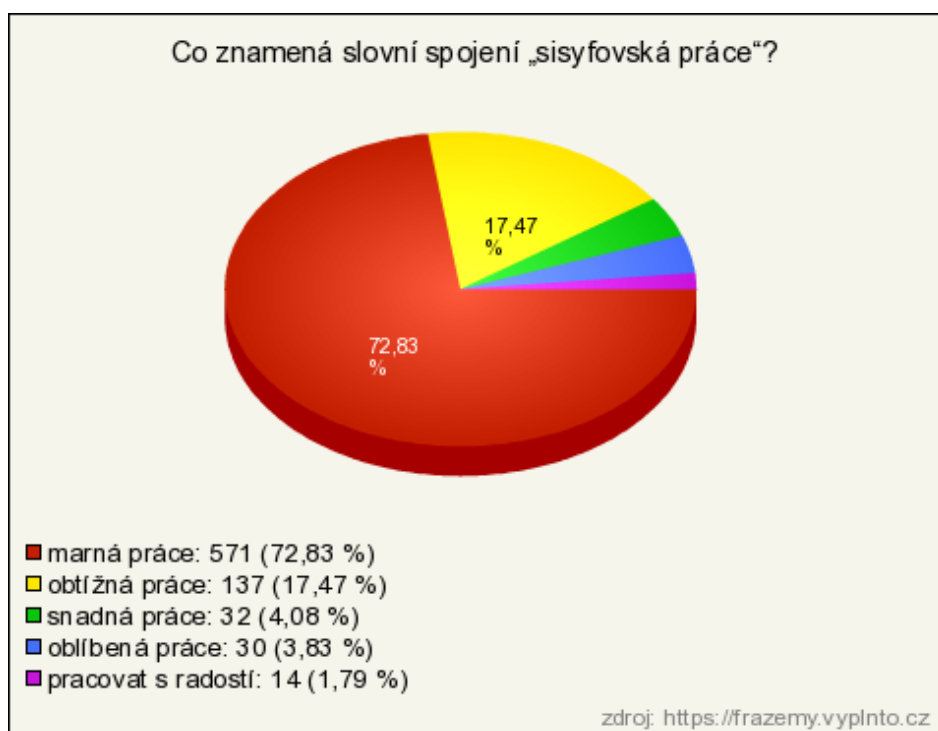
tak důkladným, že jej dlouho nikdo nemohl rozvázat. Začalo se tradovat, že kdo ten uzel rozváže, bude velkým vládcem. K chrámu jednou přijel Alexandr Veliký a uzel přesekl jedním mávnutím meče.

Frazém „*rozetnout gordický uzel*“ zná téměř 90 % respondentů, jak můžeme vidět z grafu č. 10. Nejčastější špatnou odpovědí je odpověď „*vyřešit snadný problém*“, tedy odpověď opačná té správné, mluvíme ale o pouhých 5 % respondentů.

Tabulka č. 7 ukazuje, že tomuto frazému rozumí velmi dobře, tedy s více než 90% úspěchem, všechny generace od 16 do 60 let. Generace 61+ dosáhla 81 % správných odpovědí. Generace 0–15 naopak dosáhla pouze 78 % správných odpovědí. Všechny generace ale mají nadpoloviční většinu odpovědí správných, proto můžeme říci, že se jedná o velmi známý frazém.

Tabulka č. 7

	chodit do skautského oddílu	nic neřešit	vyřešit složitý problém	vyřešit snadný problém	být hloupý
0–15	8 (3,77 %)	23 (10,85 %)	166 (78,30 %)	15 (7,08 %)	0
16–20	2 (1,98 %)	2 (1,98 %)	92 (91,09 %)	5 (4,95 %)	0
21–40	1 (0,37 %)	2 (0,74 %)	261 (95,95 %)	7 (2,57 %)	1 (0,37 %)
41–60	0	0	116 (97,48 %)	3 (2,52 %)	0
61+	2 (2,5 %)	3 (3,75 %)	65 (81,25 %)	8 (10 %)	2 (2,5 %)



Graf č. 11

Frazém „*sisyfovská práce*“ má původ v antických bájích. Korintský král Sisýfos se snažil za svého života pokořit smrt a nikdy se jí nevydat do spárů, na krátký čas ji dokonce uvěznil. I z podsvětí se Istí dostal zpět do světa živých, odkud ho musel zpět do podsvětí vrátit Zeus. Protože se Sisýfos pokoušel přemoci smrt, což nikdo nemůže a nedokáže, byl mu určen trest tlačit do kopce ohromný kámen, který mu vždy před vrcholem sklouzne a skutálí se dolů. Sisýfova práce je tedy marná a zbytečná.

Frazém „*sisyfovská práce*“ dosáhl ve výzkumu téměř 73 % porozumění. Nejčastější špatnou odpovědí byla odpověď „*obtížná práce*“, tuto odpověď zvolilo 17 % respondentů.

Tabulka č. 8 nám říká, že tento frazém nedosáhl v žádné generaci 90 % správných odpovědí. Nejúspěšnější byla generace 21–40 s téměř 89 % správných odpovědí, naopak generace 0–15 nedosáhla ani hranice 50 % porozumění a byla proto nejhorší. Na pomyslném druhém místě skončila generace 16–20 s 84% porozuměním, generace 41–60 dosáhla 81 % porozumění a skončila tedy na třetím místě. A na čtvrtém, předposledním místě máme generace 61+ se 68 % porozumění tomuto frazému.

Tabulka č. 8

	marná práce	obtížná práce	snadná práce	oblíbená práce	pracovat s radostí
0-15	95 (44,81 %)	55 (25,94 %)	27 (12,74 %)	25 (11,79 %)	10 (4,72 %)
16-20	85 (84,16 %)	9 (8,91 %)	2 (1,98 %)	2 (1,98 %)	3 (2,97 %)
21-40	241 (88,60 %)	26 (9,55 %)	2 (0,74 %)	2 (0,74 %)	1 (0,37 %)
41-60	96 (80,67 %)	23 (19,33 %)	0	0	0
61+	54 (67,50 %)	24 (30 %)	1 (1,25 %)	1 (1,25 %)	0

Stát jako solný sloup



Graf č. 12

Frazém „*stát jako solný sloup*“ má původ v bibli, konkrétně v biblickém příběhu o Lotově ženě, která se při odchodu z měst Sodoma a Gomora navzdory Božímu zákazu ohlédla a proměnila se ve sloup. S téměř 96 % porozumění se stává nejznámějším frazémem v tomto dotazníku. Tabulka č. 9 nám říká, že v generaci 41–60 není nikdo, kdo by tento frazém neznal. A i ostatní generace si vedou velmi dobře, protože kromě generace 0–15 všechny přesáhly hranici 90 % porozumění. Generace 0–15 byla této hranici na dosah, k 90 % jí chybělo pouze 1 %.

Frazém „*stát jako solný sloup*“ je velmi názorný a obrazný i bez znalosti biblického příběhu, který se k němu váže. Jeho správný význam by mohli snadno správně odhadnout i respondenti, kteří jej předtím neznali.

Tabulka č. 9

	běžet	ležet	stát na jedné noze	stát strnule	číst si
0-15	3 (1,42 %)	2 (0,94 %)	18 (8,49 %)	189 (89,15 %)	0
16-20	1 (0,99 %)	0	1 (0,99 %)	99 (98,02 %)	0
21-40	1 (0,37 %)	0	1 (0,37 %)	270 (99,26 %)	0
41-60	0	0	0	119 (100 %)	0
61+	2 (2,5 %)	0	2 (2,5 %)	74 (92,5 %)	2 (2,5 %)

Mít Janusovu tvář



Graf č. 13

Frazém „*mít Janusovu tvář*“ je odvozen od představy Římanů, kteří si boha Januse vyobrazovali s dvěma tvářemi, jednou hledící do budoucnosti a jednou do

minulosti. Janus byl mimo jiné bohem dveří, času, počátku a přechodu, což symbolizují jeho dvě tváře.⁵⁷

Frazém „*mít Janusovu tvář*“ je známý pro 68 % respondentů. Nejčastější špatnou odpovědí byla odpověď „*být krásný*“, tuto odpověď zvolilo 14 % respondentů (viz graf č. 13). Můžeme se domnívat, že tuto odpověď zvolili proto, že „*mít Janusovu tvář*“ může evokovat, že si člověk nasadí masku s vyobrazením Januse.

Z osobních reakcí od respondentů víme, že tento frazém respondenti často neznali a správnou odpověď pouze odhadli.

Tabulka č. 10 nám ukazuje, že generace 16–20, 21–40 a 41–60 dosáhly podobného výsledku, porozumění tomuto frazému bylo přes 70 %. Nejlépe na tom byla generace 21–40 s téměř 77 % správných odpovědí.

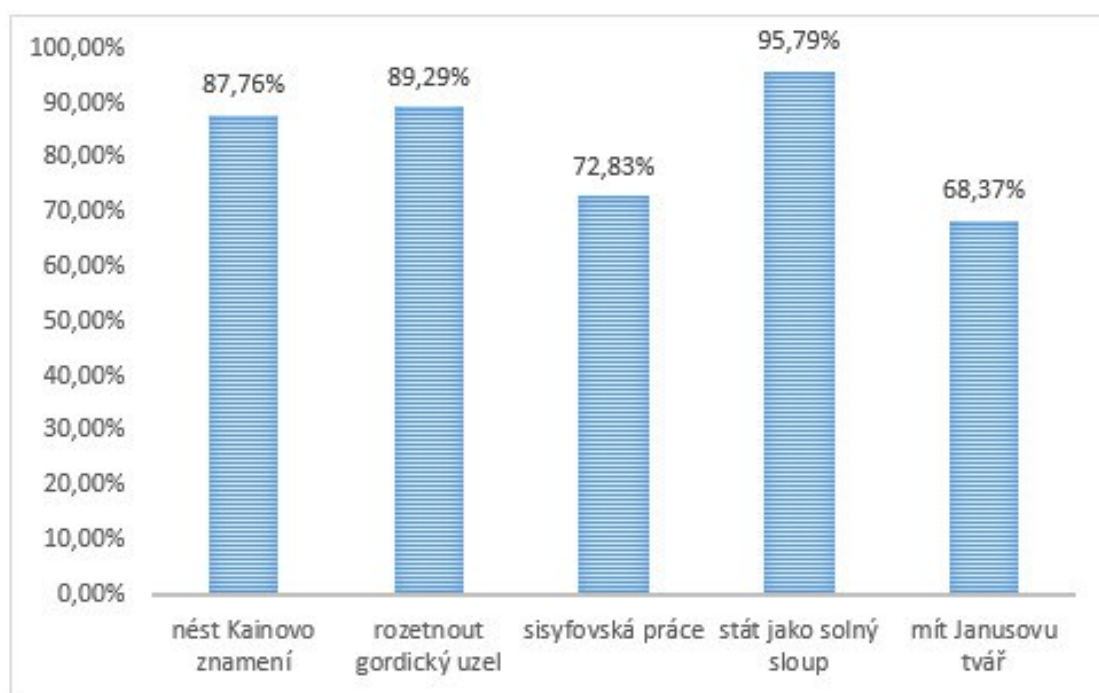
Mezi odpověďmi na tento frazém se skrýval i chyták, kdy dvě odpovědi byly významově stejné, jedná se o odpověď „*být hloupý*“ a „*nebýt chytrý*“. To znamená, že pokud respondent uvažoval logicky, měl na výběr pouze tři možné odpovědi, nikoliv pět jako v ostatních frazémech. Tento chyták přesto neprohlédlo téměř 6 % respondentů, největší počet nachytaných respondentů byl z generace 0–15 a 21–40.

Tabulka č. 10

	být hloupý	být krásný	být neupřímný, falešný	nebýt ani žena ani muž	nebýt chytrý
0-15	18 (8,49 %)	57 (26,89 %)	124 (58,49 %)	8 (3,77 %)	5 (2,36 %)
16-20	3 (2,97 %)	7 (6,93 %)	74 (73,27 %)	17 (16,83 %)	0
21-40	10 (3,68 %)	26 (9,56 %)	209 (76,84 %)	24 (8,82 %)	3 (1,10 %)
41-60	1 (0,84 %)	13 (10,92 %)	86 (72,27 %)	18 (15,13 %)	1 (0,84 %)
61+	2 (2,5 %)	9 (11,25 %)	43 (53,75 %)	25 (31,24 %)	1 (1,25 %)

⁵⁷ Janus. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation [cit. 2017-07-08]. Dostupné z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Janus>.

Shrnutí úspěšnosti u kulturních frazémů v uzavřených otázkách



Graf č. 14

Na tomto sloupcovém grafu č. 14 je hezky vidět, že námi vybrané kulturní frazémy se těší dobré míře porozumění mezi našimi respondenty. Všechny frazémy dosáhly nadpoloviční většiny správných odpovědí. Z těchto kulturních frazémů je nejvíce známý frazém „*stát jako solný sloup*“ a nejméně známý je frazém „*mít Janusovu tvář*“. Mezi těmito dvěma frazémy je rozdíl téměř 23 %. Frazémy „*nést Kainovo znamení*“ a „*rozetnout gordický uzel*“ jsou na tom skoro stejně, oba se blíží hranici 90 % porozumění.

3.3.3 Lidové frazémy v otevřených otázkách

V otevřených otázkách se nachází tyto lidové frazémy: „*kalhoty na půl žerdi*“; „*být čertovo kvítko*“; „*být jako kůl v plotě*“ a „*smrdět korunou*“.

Kalhoty na půl žerdi

Frazém „*kalhoty na půl žerdi*“ znamená mít kalhoty (směšně) oblečené jen napůl, tedy mít je spuštěné. Lidově by se dalo říci, že z kalhot „*kouká zadek*“. ⁵⁸ Znamená to

⁵⁸ SČFI III, str. 270.

také, že je člověk nedbale a nepořádně oblečen, nebo, že je člověk vyrušen při oblékání nebo jiných činnostech, při kterých se kalhoty nachází v napolo oblečeném stavu.^{59 60}

Správnou odpověď uvedlo 478 respondentů, 139 respondentů nevědělo a 167 respondentů odpovědělo špatně. Tomuto frazému tedy rozumí 61 % respondentů.

V tabulce č. 11 vidíme, jak frazému rozumí jednotlivé generace. Nejmladší generace 0–15 tento frazém nezná, skoro 50 % respondentů odpovědělo, že neví, a správnou odpověď uvedlo jen 21 % respondentů. Naproti tomu v generaci 41–60 odpovědělo 82 % respondentů správně, tato generace byla nejúspěšnější, za ní následovaly se 79 % generace 21–40 a se 71 % procenty generace 16–20. Generace 61+ dosáhla téměř 63 % správných odpovědí, ale 14 % respondentů význam frazému neznalo. Nejvíce špatných odpovědí se nachází v generaci 0–15, celých 32 %, a nejméně špatných odpovědí má generace s největším počtem správných, tedy 41–60, a to 14 %.

Tabulka č. 11

	správná odpověď	nevím	špatná odpověď
0–15	20,75 % (44)	47,64 % (101)	31,61 % (67)
16–20	71,28 % (72)	6,93 % (7)	21,78 % (22)
21–40	79,04 % (215)	5,51 % (15)	15,45 % (42)
41–60	81,51 % (97)	4,20 % (5)	14,29 % (17)
61+	62,50 % (50)	13,75 % (11)	23,75 % (19)

Nejčastěji se opakující správné odpovědi jsou: „kalhoty do/na půl zadku/hýždí/pozadí“, „stažené kalhoty do půlky zadku/hýždí/pozadí“, „kouká půlka zadku/hýždí/pozadí“ a „svlečené kalhoty do půl zadku/hýždí/pozadí“ a různé další variace téhož. V odpovědích se vyskytují i vulgarismy typu „prdel“.

Velmi častou odpovědí je odpověď „padající kalhoty“, ale pokud nebyla tato odpověď dovysvětlena další větou, nebyla uznána jako správná. Tento frazém neoznačuje kalhoty, které padají, ale již spadlé kalhoty. Z odpovědi „padající kalhoty“

⁵⁹ SČFI II, str. 423.

⁶⁰ SČFI III, str. 965.

nejsme schopni vyvodit, zda respondenti odpověď chápou tak, že jsou to kalhoty, které padají, protože jsou velké (což neodpovídá významu), nebo zda se jedná o kalhoty, která spadly a jsou tedy stažené (což odpovídá významu), odpověď tedy není jednoznačná a neuznali jsme ji jako správnou.

Za nejednoznačné, a tedy špatné považujeme i variace na odpověď „*kalhoty do pasu*“ nebo „*kalhoty nevytažené do pasu*“. První varianta vůbec nevyjadřuje význam frazému, na který jsme se ptali. A druhá varianta bez doplnění může kromě správného významu označovat třeba kalhoty, které jsou oblečeny na bocích, tzv. bokové kalhoty. Podobným typem jsou i variace na odpovědi: „*malé kalhoty*“ a „*kalhoty v pülce*“, nevíme totiž, v pülce čeho.

Mezi špatnými odpověďmi se velmi často nacházela odpověď: „*bojí se*“, „*má strach*“, „*vzdal to*“, apod. Myslíme si, že respondenti si frazém „*kalhoty na pül žerdi*“ spletli s frazémem „*nestahuj kalhoty, když brod je ještě daleko*“, který vyjadřuje strach či obavu z nějakého úkolu. V úvahu připadá také záměna s frazémy „*má naděláno v kalhotách*“ nebo „*má plné kalhoty*“, oba tyto frazémy vyjadřují strach.

Kromě těchto záměn si několik respondentů spletlo frazém „*kalhoty na pül žerdi*“ s velmi podobným frazémem „*vľajka na pül žerdi*“, který vyjadřuje smutek. Na rozdíl od předchozí mýlky se ale jednalo o počet respondentů v řádu jednotek, nikoliv desítek.

Respondenti často odpovídali, že frazém „*kalhoty na pül žerdi*“ znamená dělat něco napül, pracovat napül, nedodělat věci apod. Tato odpověď je jasně špatná, protože se ptáme na kalhoty, nikoliv na práci.

V odpovědích se často objevovala také poznámka, že kalhoty na pül žerdi nosí mládež (tato odpověď je častá u generace 41–60 a 61+) a hiphopeři a skejťáci (tato odpověď je častá u generace 16–20 a 21–40).

Pro ukázkou zařazujeme několik špatných odpovědí, které nás pobavily. Jedná se o odpovědi: „*kalhoty jsou bůh ví kde*“, „*mít kalhoty vysunuté na horu*“ (respondent zřejmě myslel „*nahoru*“, ale špatně umístil mezeru), „*to znamená, že někdo nemá peníze na kalhoty, tak jich má jen pül*“, „*umět od každého něco, ale nic na 100 %*“ (s čím si respondent spletl frazém „*kalhoty na pül žerdi*“, nejsme schopni odhadnout).

A jako poslední uvádíme jednu vtipnou, ale správnou odpověď: „*ne zcela správně oblečené kalhoty, jejichž horní díl sahá přesně 3,75 cm od spina iliaca posterior*“

superior“ (iliaca posterior superior = dorsální zakončení hřebene kyčelního, tj. jedné z kostí tvořících pánev člověka).⁶¹

Být čertovo kvítko

Frazém „*být čertovo kvítko*“ označuje živého, bujného, temperamentního, divokého člověka.⁶² Označuje dítě, které opakovaně zlobí, ⁶³ které je nezkrotné, nezvedené a nezbedné. Rodiče si s ním neví rady, je označován jako nezbeda, dareba, rošťák, uličník.⁶⁴ Tento frazém používá zkušený člověk vůči mladšímu, většinou dítěti ohledně jeho chování, které je nevhodné.⁶⁵ Označuje také člověka, který je rozpustilý a chová se nevázaně, pohoršlivě, může být také vychytralý a mazaný.⁶⁶

Správnou odpověď uvedlo 643 respondentů, 75 respondentů nevědělo a 66 respondentů odpovědělo špatně. Správně tedy odpovědělo 82 % respondentů, z čehož vidíme, že frazém je známý.

V tabulce č. 12 vidíme, že nejvíce správných odpovědí má generace 41–60, a to 97 %, hned v závěsu za ní je generace 21–40, která dosáhla 93 %, generace 61+ a generace 16–20 dosáhly téměř shodného výsledku, a to 75 % a 74 % správných odpovědí. Generace 0–15 odpovídala nejhůře, ale i ta se dostala na 66 % správných odpovědí, což je dobrý výsledek. Nejčastěji odpovídali „nevím“ respondenti z kategorie 0–15, naopak nejméně „nevěděli“ respondenti z generace 41–60. Nejvíce špatných odpovědí měla generace 16–20 a nejméně generace 41–60.

⁶¹ *Kyčelní kost* [online]. [cit. 2017-07-08]. Dostupné z: http://www.wikiskripta.eu/index.php/Ky%C4%8Deln%C3%AD_kost.

⁶² SČFI II, str. 60.

⁶³ SČFI II, str. 87.

⁶⁴ SČFI II, str. 162.

⁶⁵ SČFI IV, str. 418.

⁶⁶ SČFI III, str. 336.

Tabulka č. 12

	správná odpověď	nevím	špatná odpověď
0–15	65,57 % (139)	20,28 % (43)	14,15 % (30)
16–20	74,26 % (75)	10,89 % (11)	14,85 % (15)
21–40	93,01 % (253)	3,68 % (10)	3,31 % (9)
41–60	97,48 % (116)	1,68 % (2)	0,84 % (1)
61+	75 % (60)	11,25 % (9)	13,75 % (11)

Nejčastější správnou odpovědí byla odpověď: „*být zlobivý*“. Zajímavé je, že v generaci 0–15 a nejen v ní evidujeme u této odpovědi velmi málo gramaticky správných variant. Další časté a správné odpovědi jsou: „*být neposedný*“, „*být neposlušný*“, „*být divoký*“ a „*uličník*“.

Zajímavou variantou na odpověď „*být zlobivý*“ je odpověď „*být zlobič*“, objevují se i varianty známé, tedy „*být zlobidlo*“ a „*být zlobivec*“.

Nejčastější špatnou odpovědí byla odpověď: „*být zlý*“ a „*být čert*“. Mezi špatné odpovědi řadíme i odpovědi typu: „*zlobit jako Daniel*“, kdy je zřejmé, že pisatel zná význam frazému a přiřazuje ho k nějaké jemu známé osobě, ale bohužel to není odpověď na naši otázku, tedy na význam frazému „*být čertovo kvítko*“. Objevila se i odpověď „*malý Jarda* ☺“, pisatel zřejmě zná frazém „*být jako malý Jarda*“, ale protože svou odpověď nijak nevysvětlil, považujeme ji také za špatnou.

Pro některé respondenty se frazém „*být čertovo kvítko*“ rovná frazému „*anděl s ďáblem v těle*“ nebo „*tváří se jako nevinátka*“. I tyto odpovědi, pokud jsou bez doplňujícího vysvětlení, považujeme za špatné.

Zajímavou odpovědí je odpověď „*vymyselník*“ (odpověď byla uvedena přesně takto), nedokážeme odhadnout, co tím respondent myslel. Toto slovo by mohlo označovat člověka, který si hodně vymýšlí (lže) anebo člověka, který má hodně nápadů. Je také možné, že autor této odpovědi má slovenský původ, protože ve slovenštině „*výmyselník*“ označuje šibala. Tuto odpověď považujeme za špatnou.

Být jako kůl v plotě

Frazém „*být jako kůl v plotě*“ znamená být zcela osamocený, opuštěný, osamělý člověk, obzvlášť po ztrátě dříve blízkých osob, přátel apod.⁶⁷ Znamená tedy nemít vůbec nikoho, označuje člověka, s kterým nikdo není.⁶⁸

Na tento frazém odpovědělo správně 458 respondentů, 56 nevědělo a 270 respondentů odpovědělo špatně, správně tedy odpovědělo 58 % respondentů. Je vidět, že tento frazém není příliš známý.

Z tabulky vidíme, že nejvíce správných odpovědí měla generace 41–60, která dosáhla skoro 96 % správných odpovědí. Nejhuře na tom byla generace 0–15, která dosáhla pouze necelých 16 % správných odpovědí. Generace 61+ dosáhla 84 % správných odpovědí, za ní byla generace 21–40 se 71 % správných odpovědí a ještě generace 16–20, která dosáhla 51 % správných odpovědí.

Tabulka č. 13

	správná odpověď	nevím	špatná odpověď
0–15	15,57 % (33)	19,81 % (42)	64,62 % (137)
16–20	51,49 % (52)	3,96 % (4)	44,55 % (45)
21–40	70,59 % (192)	0	29,41 % (80)
41–60	95,8 % (114)	1,68 % (2)	2,52 % (3)
61+	83,75 % (67)	10 % (8)	6,25 % (5)

Nejčastější správnou odpovědí byla odpověď „*být sám*“, příp. „*být osamělý*“. Dále se objevovaly odpovědi: „*být osamocen*“ a „*být opuštěný*“.

Velké množství respondentů si frazém „*být jako kůl v plotě*“ nejspíš spletlo s frazémem „*stát jako solný sloup*“, hodně odpovědí bylo totiž variacemi na význam „*stát strnule*“. Někteří respondenti uváděli odpověď, která obsahovala jak význam frazému „*být jako kůl v plotě*“, tak význam frazému „*stát jako solný sloup*“. Vzhledem k množství těchto odpovědí by se dalo říci, že u tohoto frazému probíhá posun

⁶⁷ SČFI II, str. 159.

⁶⁸ SČFI II, str. 312.

významu, kdy se z významu „být sám“ stává „stát sám a být na jednom místě“, tedy nehýbat se.

Někteří respondenti svými odpověďmi popisovali vlastnosti kůlu, tedy „být ze dřeva“, „být zaražený“, „být v díře“.

Objevují se i významy typu „být netečný“, „nic nedělat“, „být zbytečný“.

Mladší generace uváděla odpovědi, které označovaly člověka, který je mimo, tzv. out, tedy někoho, kdo nějakým způsobem vybočuje z řady a stává se tedy osamělým, někým, kdo jde sám proti proudu. Jednalo se např. o odpovědi typu „nezapadá do kolektivu“, „neví o co go“, „je mimo“. Objevovaly se i odpovědi opačné, tedy „nevyčnívá“, „splývá s davem“, „snaží se nebýt nápadný“.

Z výše popsaných příkladů je vidět, že tento frazém pomalu mění a posouvá svůj význam. Jeho význam částečně začíná splývat s významem frazému „stát jako solný sloup“. U mladší generace sice označuje člověka, který je sám, ale připojuje k němu důvod této samoty. Člověk je něčím nápadný, nezapadá a je proto postaven mimo kolektiv.

Objevily se také odpovědi „být osamělý jako Milouš Jakeš po revoluci“ nebo „být jako Milouš Jakeš“. Tuto odpověď zvolili 2 respondenti z kategorie 21–40 a 1 respondent z kategorie 41–60. Domníváme se, že si vybavili známý proslav tehdejšího tajemníka KSČ Milouše Jakeše z července 1989 v Červeném Hrádku, kde zaznělo: „A proto je tak důležitý, ta podpora zespodu, aby my jsme mohli říct: né my si to přejem, to je ten lid, to žádá taky, my s tím souhlasíme s tím lidem, my plníme jeho vůli a ne prostě, aby my jsme tam byli sami, jak kůl v plotě neměli jediný, jediné slovo podpory.“⁶⁹ Bez dalšího dovysvětlení je však i tato odpověď považována za špatnou.

Smrďet korunou

Frazém „smrďet korunou“ znamená být chudý, tedy být bez finančních prostředků.⁷⁰ Frazémy s podobným významem jsou např. „třít bídu s nouzí“, „mít vysoko do žlabu“, „louskat šváby“, „být švorc“, „pískat kudlu“ apod. Můžeme si všimnout, že tento význam vyjadřuje opravdu velké množství frazémů.

⁶⁹ Přepis části projevu generálního tajemníka ÚV KSČ Miloše Jakeše v Červeném Hrádku dne 17. července 1989 [online]. [cit. 2017-07-07]. Dostupné z: http://www.totalita.cz/txt/txt_o_jakesm_text_hradek_01.pdf.

⁷⁰ SČFI III, str. 299.

Správný význam tohoto frazému uvedlo 382 respondentů, tedy 49 %. 88 respondentů tento frazém neznalo a 314 respondentů odpovědělo špatně. Nejvíce správných odpovědí měla generace 41–60, skoro 91 %. Nejvíce špatných odpovědí měla generace 0–15, 68 % respondentů v této generaci odpovědělo špatně. Tato generace také nejvíce odpovídala, že význam frazému nezná. Na pomyslném druhém místě skončila generace 61+ s 86 % správných odpovědí, v generace 21–40 bylo 53 % správných odpovědí a v generaci 16–20 bylo 37 % správných odpovědí.

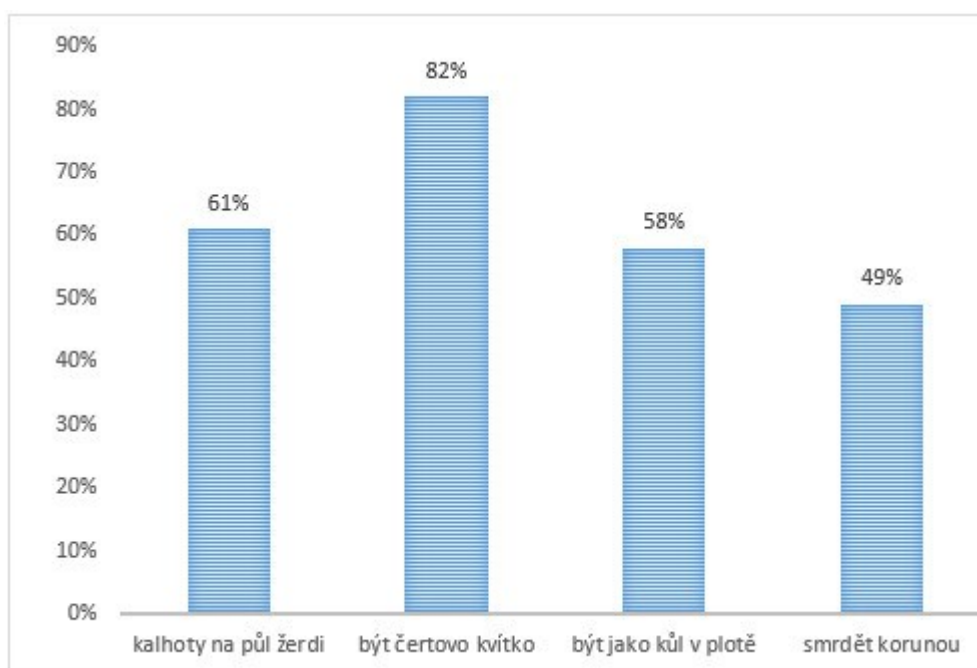
Tabulka č. 14

	správná odpověď	nevím	špatně
0-15	10,85 % (23)	20,75 % (44)	68,4 % (145)
16-20	36,64 % (37)	13,86 % (14)	49,50 % (50)
21-40	53,31 % (145)	8,09 % (22)	38,6 % (105)
41-60	90,76 % (108)	1,68 % (2)	7,56 % (9)
61+	86,25 % (69)	7,5 % (6)	6,25 % (5)

Nejčastější správnou odpovědí byla odpověď „*být chudý*“, další časté správné odpovědi byly: „*být bez peněz*“, „*nemít peníze*“ a „*mít málo peněz*“.

Nejčastější špatnou odpovědí bylo překvapivě antonymum tohoto frazému, tedy „*být bohatý*“, tuto odpověď zvolilo 178 respondentů, tedy 23 % z celkového počtu respondentů. Druhou nejčastější odpovědí byla odpověď s významem „*být lakomý*“, tuto odpověď napsalo 68 respondentů, tedy 9 % z celkového počtu respondentů. V odpovědích se objevilo i doplňující vysvětlení, že „*smdět korunou = být bohatý, nesmdět korunou = být chudý*“. Překvapilo nás množství odpovědí, které měly přesně opačný význam, než je správný význam tohoto frazému. Je možné, že u tohoto frazému se význam, zejména u nejmladší generace 0–15, u generace 16–20 a částečně i u generace 21–40, posouvá ke svému opaku. U žádného jiného frazému jsme takto masivní odklon od zavedeného významu nezaznamenali.

Shrnutí úspěšnosti u lidových frazémů v otevřených otázkách



Graf č.15

Graf č. 15 zobrazuje úspěšnost u lidových frazémů v otevřených otázkách. Vidíme, že nejznámější z námi vybraných frazémů je frazém „*být čertovo kvítko*“, u něhož respondenti dosáhli 82 % správných odpovědí. Frazémy „*kalhoty na půl žerdi*“ a „*být jako kůl v plotě*“ mají nadpoloviční míru porozumění a dají se tedy ještě pokládat za známé. Naproti tomu frazém „*smrdět korunou*“ dosáhl pouze 49 % správných odpovědí, míra porozumění tomuto frazému je tedy celkem nízká.

3.3.4 Kulturní frazémy v otevřených otázkách

Jobova zvěst

Frazém „*Jobova zvěst*“ se užívá tehdy, pokud někdo komentuje krajně nepříznivou a nečekanou zprávu o velkém nezdaru, zmaření plánů, neštěstí apod., obvykle v kontrastu k očekávání bezpečného průběhu. Je to velmi zlá zpráva, která zcela mění situaci, komplikuje situaci nebo zastavuje dosavadní postup.⁷¹ Jób je biblická postava, kterou Bůh stíhá různými neštěstími, aby vyzkoušel stálost její víry.

Správný význam uvedlo 361 respondentů, tedy 46 %. Tento frazém neznalo 304 respondentů, tedy téměř 39 %, a 119 (15 %) respondentů uvedlo špatnou odpověď.

⁷¹ SČFI IV, str. 1039.

U tohoto frazému byla nejúspěšnější generací generace 41–60, která dosáhla 88 % porozumění. Generace 0–15 tento frazém nezná, uvedlo to 75 % respondentů. V generaci 16–20 tento frazém nezná téměř polovina respondentů. Ale v generaci 21–40 již tento frazém zná nadpoloviční většina respondentů. U nejstarší kategorie uvedlo správnou odpověď 70 % respondentů.

Tabulka č. 15

	správná odpověď	nevím	špatná odpověď
0–15	5,19 % (11)	74,53 % (158)	20,28 % (43)
16–20	31,68 % (32)	45,54 % (46)	22,78 % (23)
21–40	57,72 % (157)	29,04 % (79)	13,24 % (36)
41–60	88,24 % (105)	5,04 % (6)	6,72 % (8)
61+	70 % (56)	18,75 % (15)	11,25 % (9)

Nejčastější správnou odpovědí byla odpověď „špatná zpráva“. Dále se mezi správnými odpovědi objevovalo: „zlá zpráva“, „zpráva o nečekané a nepříjemné události“. Nejčastějšími špatnými odpověďmi byly: „drb“, „předtucha“ nebo „falešná (lživá) informace“.

Objevila se i odpověď, kdy pisatel zřejmě zná význam tohoto frazému, ale svou odpovědí ho nevysvětlil, pouze uvedl příklad, jedná se o odpověď: „Zvolení D. Trumpa americkým prezidentem“ nebo „Steven Jobs zvěstil nového iphona“. Tyto odpovědi považujeme za špatné, protože nevysvětlují význam frazému.

Respondenti neznající význam tohoto frazému se pokoušeli o vtipné vysvětlení, např. „zvěst, kterou šířil mistr Joba“, „moderní verze pověsti napsaná Jobem“. Vtipná byla i záměna mistra Yody z populárního filmu Star Wars za Joba.

Objevovala se i vysvětlení, která popsala příběh z bible, ale význam frazému nebyl uveden.

V jednom případě respondent zaměnil frazém „Jobova zvěst“ za frazém „ježkovy oči“ a uvedl, že obojí znamená to stejné, tedy úlek, překvapení. Frazém „Jobova zvěst“ se sice používá, když nás něco překvapí, zaskočí, ale sám o sobě překvapení ani úlek neznamená.

V Adamově/v Evině rouše

Frazém „v Adamově/v Evině rouše“ znamená žena/muž vyskytující se bez oděvu, tedy nahý.

Tento frazém zná a správně odpovědělo 554 (70 %) respondentů, nezná jej 123 (16%) respondentů a špatně odpovědělo 107 (14%) respondentů.

Nejúspěšnější byla generace 41–60 s 97 % správných odpovědí. Tento frazém neméně znali respondenti z generace 0–15 (47 %) a zároveň uvedli nejvíce špatných odpovědí (13 %). V generaci 21–40 bylo uvedeno 94 % správných odpovědí. Z generace 61+ rozumí tomuto frazému 88 % respondentů. A v generaci 16–20 rozumí tomuto frazému 77 % respondentů.

Tabulka č. 16

	správná odpověď	nevím	špatná odpověď
0–15	16,04 % (34)	46,70 % (99)	37,26 % (79)
16–20	77,23 % (78)	9,9 % (10)	12,87 % (13)
21–40	94,49 % (257)	1,47 % (4)	4,04 % (11)
41–60	96,64 % (115)	1,68 % (2)	1,68 % (2)
61+	87,50 % (70)	10 % (8)	2,5 % (2)

Nejčastější správnou odpovědí bylo „být nahý/á“, „být bez oblečení“. Nejčastější špatnou odpovědí bylo „být v ráji“, „být nenarozený“, případně „být chráněný“. Odpověď „být v ráji“ se nejčastěji objevovala u nejmladší generace 0–15.

Kámen úrazu

Frazém „kámen úrazu“ vyjadřuje problém, který se stane nepřekonatelnou překážkou nebo příčinou neúspěchu. Je to tedy příčina, zdroj potíží vedoucí k neúspěchu.⁷²

Správně odpovědělo celkem 554 respondentů (71 %), špatně odpovědělo 171 respondentů (22 %) a frazém neznalo 59 respondentů (7 %).

⁷² SČFI II, str. 131.

Nejúspěšnější byly generace 21–40 a 41–60, které po zaokrouhlení dosáhly 92% úspěchu. Nejhůře na tom byla generace 0–15, ve které respondenti uvedli nejméně správných odpovědí, nejvíce špatných odpovědí a zároveň nejčastěji uvedli, že frazém neznají vůbec. Tento frazém oproti ostatním generacím neznala ani generace 61+, v procentuálním počtu odpovědí „nevím“ na tom byla skoro stejně jako generace 0–15.

Tabulka č. 17

	správná odpověď	nevím	špatná odpověď
0–15	34,91 % (74)	16,51 % (35)	48,58 % (103)
16–20	74,26 % (75)	2,97 % (3)	22,77 % (23)
21–40	91,91 % (250)	0,74 % (2)	7,35 % (20)
41–60	91,6 % (109)	5,04 % (6)	3,36 % (4)
61+	57,5 % (46)	16,25 % (13)	26,25 % (21)

Ačkoliv úplně správnou odpověď by měla být odpověď ve smyslu příčina neúspěchu, zdroj potíží apod., uznávali jsme za správné i odpovědi typu: „*problém*“, „*slabina*“, „*překážka*“. Je to z toho důvodu, že většina respondentů odpovídala jednoslovně a předpokládáme, že znají význam tohoto frazému, jen se jim nechtělo se rozepisovat. Nejsprávnější odpověď, tedy příčina neúspěchu, nepřekonatelný problém apod., uvádělo velmi málo respondentů.

U tohoto frazému bylo kromě jednoslovných odpovědí velmi časté i vysvětlování významu na konkrétních příkladech, např. „*nejde mu matematika, je to jeho kámen úrazu*“, nebo „*něco mi nejde, nedokážu se přes to dostat, je to můj problém, můj kámen úrazu*“. Téměř všechny uvedené příklady byly správné, proto jsme je uznávali i v případě, že se v odpovědi neobjevilo slovo s významem problém, příčina apod. Jedná se např. o odpovědi: „*to je, když někomu něco nejde*“, „*když je to jeho slabina*“.

Odpověď „*slabina*“ se objevovala často, proto jsme i ji uznali za správnou, ačkoliv ve slovníku frazeologie není uvedena, ale my si můžeme říci větu: „*jeho kamenem úrazu je matematika, jeho slabinou je matematika*“. Protože jsme uznali odpověď slabina, museli jsme uznat jako správnou odpověď i frazém „*Achillova pata*“, který byl v odpovědích také několikrát zmíněn.

Trojský kůň

Frazém „*trojský kůň*“ znamená pletichu, intriku, lest, past, úskok. Je to také dar přinášející zlo apod.⁷³

Význam tohoto frazému správně popsalo 411 respondentů (52 %), neznalo jej 73 respondentů (9 %) a špatně odpovědělo 300 respondentů (39 %).

Nejvíce správných odpovědí měla generace 16–20, ale u tohoto frazému na tom generace 16–20, 21–40 a 41–60 byly téměř stejně, rozdíl činil několik procent. Nejvíce špatných odpovědí měla generace 0–15. Generace 61+ se se svým úspěchem blížila spíše k ostatním generacím.

Tabulka č. 18

	správná odpověď	nevím	špatná odpověď
0–15	33,02 % (70)	23,58 % (50)	43,40 % (92)
16–20	61,39 % (62)	0	38,61 % (39)
21–40	60,66 % (165)	0,37 % (1)	38,97 % (106)
41–60	59,66 % (71)	6,72 % (8)	33,62 % (40)
61+	53,75 % (43)	17,5 % (14)	28,75 % (23)

Nejčastější správnou odpovědí byly odpovědi: „*past*“, „*lest*“, „*zrada*“. Za správné odpovědi jsme uznávali i odpovědi typu: „*dar nedar*“ a frazém „*Danajský dar*“.

Nejčastější špatnou odpovědí byla odpověď: „*počítačový vir*“. Tato odpověď se objevovala jak samostatně, tak jako součást správných odpovědí. Uznáváme, že z otázky není jasné, že se ptáme na význam frazému (Jaký je význam slovního spojení „*trojský kůň*“), nicméně důvod, proč jsme nepoužili termín frazém, je vysvětlen výše. Předpokládali jsme, že s ohledem na ostatní otázky bude jasné, na co se ptáme. Mladší generace odpověď „*počítačový vir*“ používaly nejčastěji, přesto je tato odpověď špatná, protože nás zajímá význam frazému, nikoliv slovního spojení.

Dalšími špatnými odpověďmi byly: „*bojový kůň*“, příp. „*dřevěný kůň*“. Respondentů, kteří popisovali koně použitého při dobývání Tróji, bylo několik. Tyto odpovědi byly bez doplňujícího vysvětlení, že se jedná o lest či past, uznány za

⁷³ SČFI II, str.160.

nesprávné. Často se objevovaly i odpovědi mající spojitost s válkou: „*válečná taktika*“, „*vojsko*“, „*nepřítel*“ a „*nebezpečí*“, všechny tyto odpovědi byly bez doplňujícího vysvětlení považovány za špatné.

Vyčistit Augiášův chlév

Frazém „*vyčistit Augiášův chlév*“ znamená udělat někde radikální pořádek a nápravu. Nejedná se jen o uklízení, frazém se používá i ve smyslu přeneseném.⁷⁴

229 (29 %) respondentů uvedlo správnou odpověď, 323 (41 %) respondentů odpovědělo nesprávně a 231 (30 %) respondentů frazém neznalo.

Tabulka č. 19

	správná odpověď	nevím	špatná odpověď
0–15	13,21 % (28)	61,32 % (130)	25,47 % (54)
16–20	15,85 % (16)	42,57 % (43)	41,58 % (42)
21–40	30,26 % (82)	42,44 % (115)	27,30 % (74)
41–60	48,74 % (58)	15,97 % (19)	35,29 % (42)
61+	56,25 % (45)	20 % (16)	23,75 % (19)

Mezi častými správnými odpověďmi se objevovalo „*uklidit*“, „*uklidit velký nepořádek*“, „*zlikvidovat nepořádek*“ apod.

Mezi špatnými odpověďmi se objevovalo „*vyřešit problém*“, „*zbavit se nepřátel*“, velmi častá byla i odpověď „*uklidit/vyčistit chlév*“.

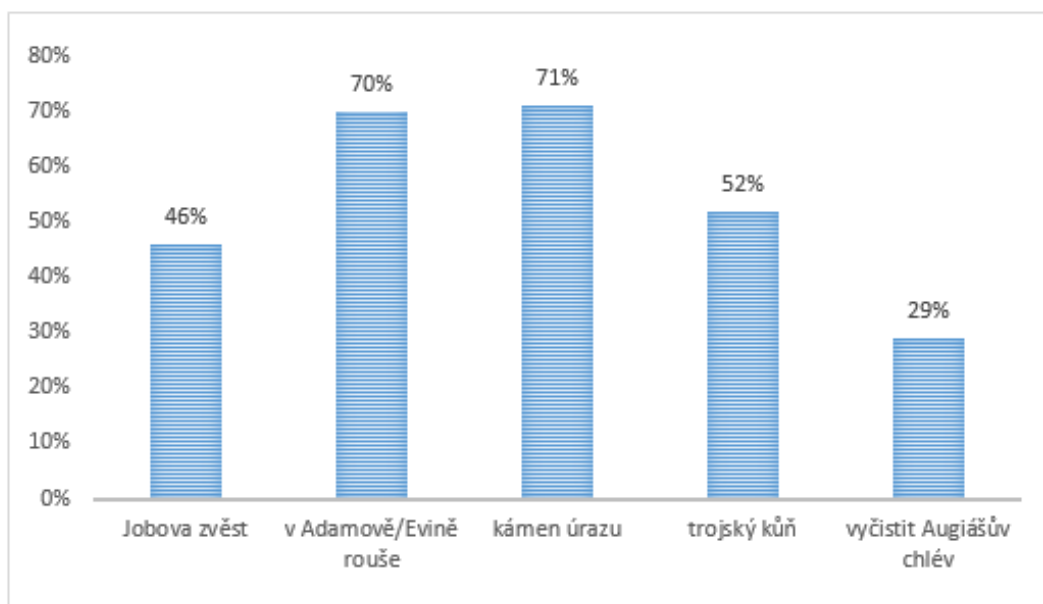
I tento frazém byl často definován pomocí jiných frazémů, některé jsou částečně správné, ale pokud se objevovaly bez doplnění, nebyly uznány jako správné. Jednalo se o frazémy: „*zamést si před vlastním prahem*“, „*oddělit zrna od plev*“ a „*vyhodit kostlivce ze skříně*“.

Respondenti ve svých odpovědích zmiňovali pověst o Héraklovi, ale význam frazému připodobňovali i k nynější politické situaci, např. odpověď „*to, co rozhodně nedělá Andrej Babiš, i když se tak tváří, tedy udělat pořádek*“.

⁷⁴SČFI III, str. 238.

U tohoto frazému se objevovalo velké množství rádoby vtipných odpovědí, kdy respondent nevěděl, co frazém znamená, ale místo odpovědi „nevím“ zvolil odpověď typu: „jít k Augiášovi a prostě mu vydrhnout chlív“, „vyčistit hodně velké chlívky Augiáše“. Vtipná byla i odpověď „Tak pravděpodobně se jedná o sanitaci jakéhosi přístřešku, ve kterém bývá ustájen dobytek a který vlastní jakýsi Augiáš.“.

Shrnutí úspěšnosti u kulturních frazémů v otevřených otázkách



Graf č. 16

Ze sloupcového grafu č. 16 vyčteme, že námi vybrané kulturní frazémy, umístěné do otevřených otázek, nejsou až tak známé. Frazém „*Augiášův chlív*“ dosáhl pouze 29 % správných odpovědí. Frazém „*Jobova zvěst*“ na tom byl o něco lépe, dosáhl 46 % správných odpovědí. Frazém „*trojský kůň*“ zná polovina našich respondentů. A frazémy „*v Adamově/Evině rouše*“ a „*kámen úrazu*“ zná 70 % respondentů.

3.3.5 Srovnání uzavřených a otevřených otázek

Úspěšnost u lidových frazémů v uzavřených otázkách je 76,43 %, u kulturních frazémů 82,80 %. Úspěšnost u lidových frazémů v otevřených otázkách je 62,53 %, u kulturních 53,80 %.

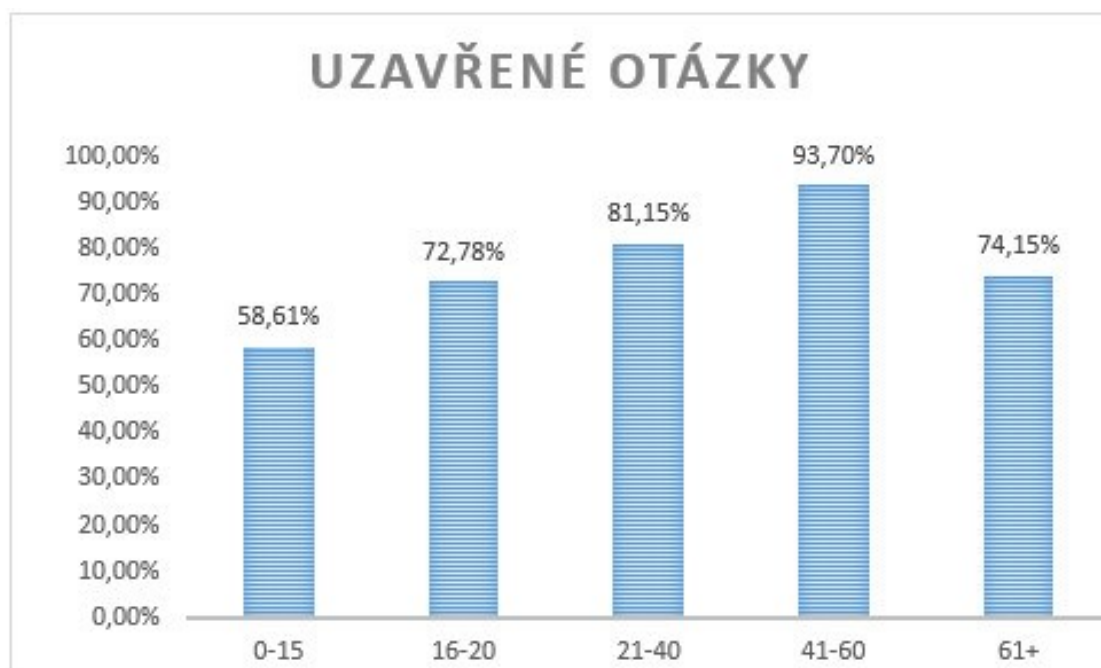
V součtu je u všech frazémů nadpoloviční většina správných odpovědí. Můžeme z toho usuzovat, že frazémy, které jsme použili ve výzkumu, jsou frazémy živé a alespoň částí populace užívané.

U uzavřených otázek nás překvapuje menší míra porozumění lidovým frazémům než frazémům kulturním. Tento výsledek si vysvětlujeme tím, že v uzavřených otázkách zaměřených na lidové frazémy jsou použity frazémy „*být na huntě*“ a „*jít cugrunt*“, které obsahují germanismus, což znesnadňuje porozumění zejména mladším respondentům.

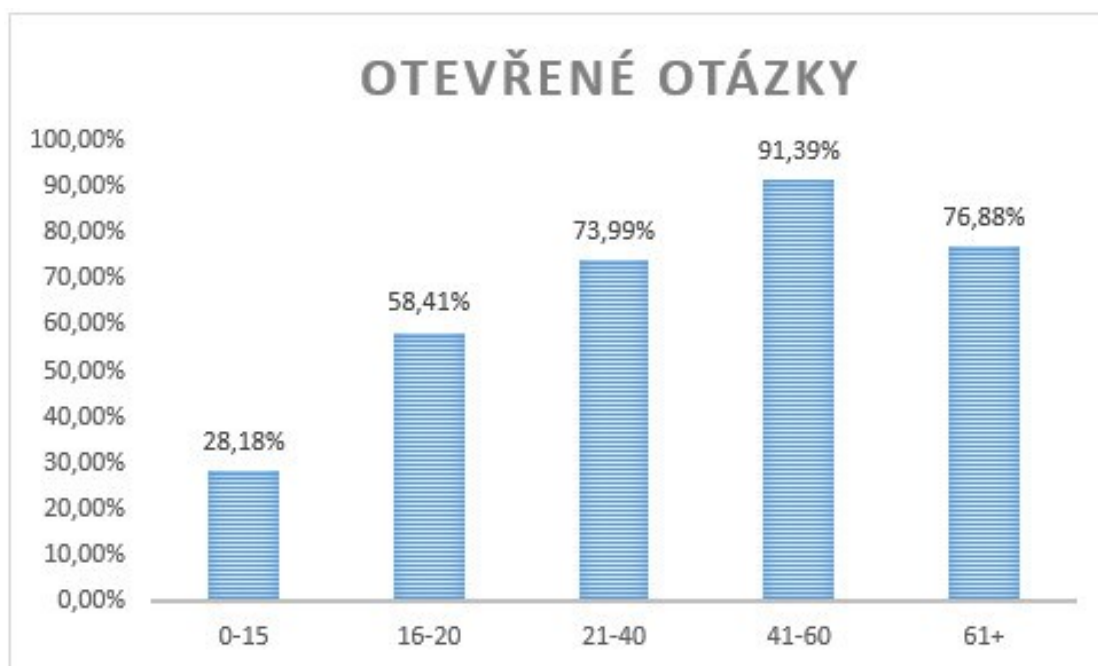
U otevřených otázek je úspěšnost nižší než u uzavřených otázek. Vyvozujeme, že na správných odpovědích se podíleli jak respondenti, kteří správný význam frazému skutečně znali, tak ti, kteří správnou odpověď pouze odhadli. U otevřených otázek respondenti neměli možnost tipovat, proto, pokud si správnou odpověď nebyli jisti, spíše použili odpověď „*nevím*“, a i tím se snížila celková úspěšnost u tohoto typu otázek.

3.3.6 Mezigenerační rozdíly v porozumění lidovým frazémům

V lidové frazeologii se odráží způsob myšlení a zkušenosti národa, lidovým frazémům by tedy měly rozumět všechny generace.



Graf č. 17



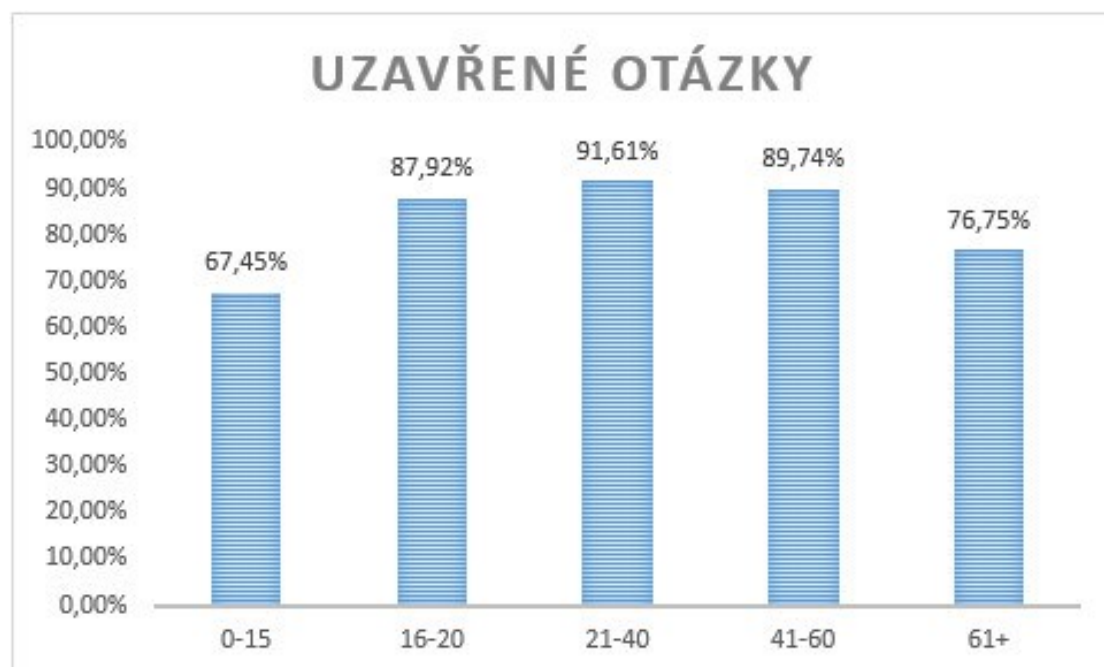
Graf č. 18

Graf č. 17 zobrazuje úspěšnost generací u lidových frazémů v uzavřených otázkách a vidíme, že míra porozumění je u všech generací vysoká. Všechny generace mají nadpoloviční úspěšnost v porozumění. Tendence úspěšnosti je stoupající, tedy čím starší generace, tím vyšší úspěšnost. Platí to pro všechny generace až na generaci nejstarší, která má o něco nižší úspěšnost než generace 41–60. Domníváme se, že příčinou je horší zdravotní stav některých respondentů z nejstarší generace, který jim např. znesnadnil soustředění na vyplňování dotazníku, nebo i oslabování paměti, která u této generace nastává.

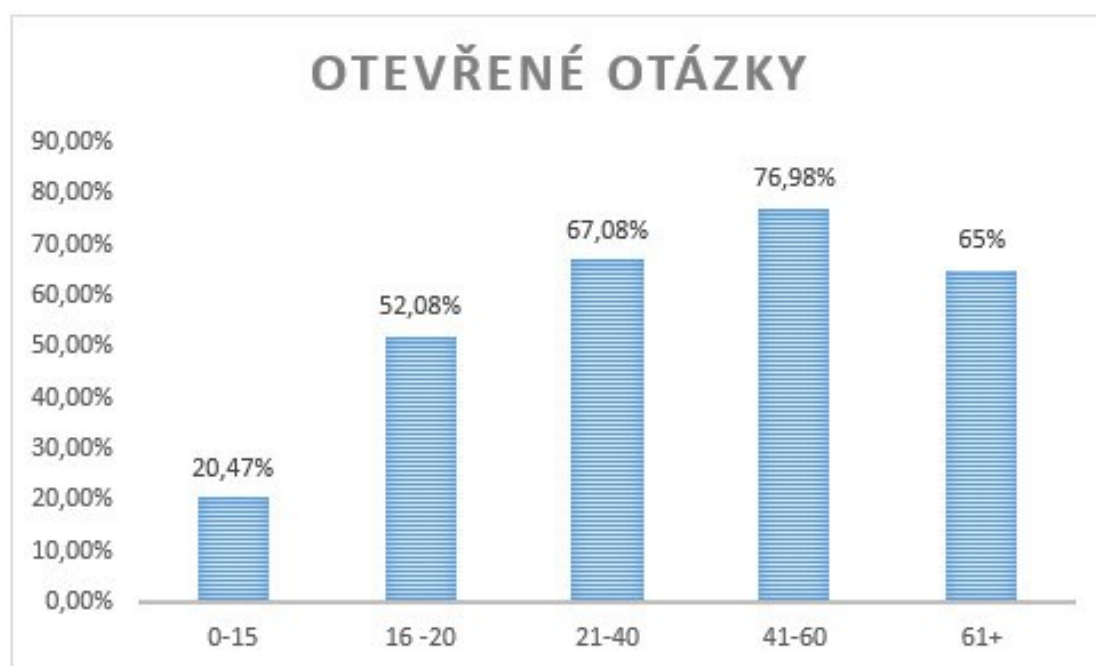
Graf č. 18 zobrazuje úspěšnost generací u lidových frazémů v otevřených otázkách a zde už vidíme velké rozdíly mezi jednotlivými generacemi. Všechny generace kromě generace 0–15 mají nadpoloviční úspěch u lidových frazémů. Domníváme se, že výsledky generace 0–15 jsou horší než u ostatních z několika důvodů. Jedním z nich je, že dotazník byl poměrně dlouhý a respondenti v této věkové kategorii se mohli nudit, příp. se jim zdál dotazník příliš obtížný, takže u otevřených otázek volili odpověď „nevím“ bez delšího přemýšlení. Dalším důvodem je, že tato generace nemá ještě dostatečné čtenářské zkušenosti a nerozumí proto starším frazémům, např. frazému, ve kterém se vyskytuje germanismus.

3.3.7 Mezigenerační rozdíly v porozumění kulturním frazémům

Z grafu č. 19 a č. 20 vidíme, že i u kulturních frazémů platí, že úspěšnost má vzrůstající tendenci až do generace 41–60, poté mírně klesá. Příčiny tohoto trendu jsou stejné jako v předchozích případech.



Graf č. 19



Graf č. 20

Graf č. 19 zobrazuje úspěšnost jednotlivých generací u kulturních frazémů v uzavřených otázkách. Graf č. 20 zobrazuje úspěšnost jednotlivých generací u kulturních frazémů v otevřených otázkách. Pokud oba grafy porovnáme, zjistíme, že v grafu č. 19 jsou rozdíly mezi jednotlivými generacemi relativně malé, kdežto v grafu č. 20 jsou rozdíly velké. Rozdíl je zejména u mladších generací 0–15 a 16–20. Předpokládáme, že pokud mladší respondenti mají na výběr, jsou schopni správný význam frazému odhadnout nebo odvodit z nabízených možností, ale pokud mají samostatně napsat význam frazému, nejsou schopni ho vysvětlit. V odpovědích, které jsme shrnuli pod typ „nevím“, byla tato skutečnost také opakovaně uvedena: někteří respondenti psali „znám, ale neumím vysvětlit“.

3.3.8 Vliv vzdělání a pohlaví u generace 41–60

Dle našeho názoru má na míru porozumění frazémům vliv i vzdělání. Naše práce se primárně zabývá rozdíly mezigeneračními, nikoliv rozdíly ve vzdělání, proto jsme vliv vzdělání analyzovali pouze u menší vybrané skupiny respondentů. Zvolili jsme generaci 41–60, protože měla celkově nejvyšší úspěšnost v porozumění frazémům, a protože se v této generaci vyskytují respondenti s různým vzděláním. Zastoupeny jsou všechny stupně vzdělání, kromě neukončené ZŠ (viz tabulku č. 1). Analyzovali jsme pouze frazémy použité v uzavřených otázkách, a to z důvodu jednoduššího vyhodnocení.

Tabulka č. 21 ukazuje vzdělání a úspěšnost u lidových a kulturních frazémů. První skupinou jsou respondenti, kteří získali střední vzdělání bez maturity. (Ve věkové skupině 41–60 byl pouze jeden respondent se základním vzděláním, proto jsme ho nezařadili do tabulky.) Očekávali jsme, že se stoupajícím vzděláním bude stoupat porozumění frazémům, a to především u kulturních frazémů. Z tabulky č. 21 ale vidíme, že tomu tak není. V kategorii lidových frazémů mají nejlepší výsledky respondenti, kteří ukončili střední školou maturitou, a respondenti s bakalářským stupněm vysoké školy. U kulturních frazémů jsou nejúspěšnější respondenti s ukončeným bakalářským stupněm vysoké školy. Rozdíly mezi jednotlivými stupni vzdělání jsou minimální a celková znalost zkoumaných frazémů je u této generace opravdu vysoká.

V rámci detailnějšího zkoumání této generace jsme se podívali i na to, zda nějakou roli v porozumění frazémům hraje pohlaví. Tabulka č. 20 ukazuje, že ženy jsou

u obou kategorií zkoumaných frazémů nepatrně úspěšnější než muži. Vzhledem k minimálním rozdílům mezi oběma kategoriemi se domníváme, že pohlaví nemá na porozumění frazémům žádný vliv.

Ani v případě pohlaví, ani v případě vzdělání se tedy neprokázalo, že by tyto faktory měly vliv na porozumění frazémům u našich respondentů. Největší vliv má zřejmě věk a penzum získaných zkušeností z četby a života.

Tabulka č. 20

pohlaví	počet respondentů	lidové frazémy	kulturní frazémy
muž	20	88 %	89 %
žena	99	94 %	91 %

Tabulka č. 21

ukončené vzdělání	počet respondentů	lidové frazémy	kulturní frazémy
SŠ bez maturity	8	88 %	90 %
SŠ s maturitou	39	94 %	90 %
VŠ Bc.	12	89 %	95 %
VŠ vyšší než Bc.	59	94 %	91 %

4 Závěr

Frazeologie je součástí každého jazyka, tedy i češtiny. Cílem této bakalářské práce bylo pomocí dotazníkové metody zjistit, zda existují v porozumění frazémům rozdíly mezi jednotlivými generacemi mluvčích českého jazyka. Zjišťovali jsme tedy míru porozumění frazémům u jednotlivých generací a porovnávali jsme je mezi sebou.

Již v úvodu jsme si stanovili několik hypotéz, které zde vyhodnotíme. Naši první hypotézou bylo, že generace 61+ rozumí velmi dobře lidovým i kulturním frazémům. U této generace se ukázala vysoká míra porozumění frazémům, ale ne nejlepší ve srovnání s ostatními generacemi. Důvodem je, že respondenty z této generace jsme získávali především z domu s pečovatelskou službou a domova seniorů, jejichž klienti mají zdravotní problémy, kvůli stáří mohou také již mít slabší paměť apod. Tento předpoklad se tedy nepotvrdil, protože jsme nevzali do úvahy zdravotní stav této generace.

Naším dalším předpokladem bylo, že generace 41–60 bude velmi dobře rozumět lidovým frazémům a jen o něco hůře kulturním frazémům. Celkově, většinou i u každého jednotlivého frazému, měla tato generace nejvyšší úspěšnost. Je to způsobeno tím, že tato věková skupina načerpala bohaté životní zkušenosti a v průběhu života měla možnost hodně frazémů tzv. načíst. Náš předpoklad se tedy potvrdil částečně, protože právě tato generace rozuměla nejlépe všem uvedeným frazémům.

Dále jsme předpokládali velmi malou znalost obou typů frazémů u nejmladší generace. Tento předpoklad se potvrdil, protože nejnižší úspěšnost měla vždy tato nejmladší generace, které chybí životní zkušenosti a musí je teprve načerpat.

U lidových frazémů má generace 0–15 a 16–20 malou úspěšnost také kvůli zařazení frazémů, které obsahují germanismy. U mladých generací počítáme s horší znalostí němčiny, než tomu bývalo dříve, protože se němčina méně vyučuje na základních školách jako cizí jazyk (častější je angličtina) a ve srovnání s angličtinou má pro mládež také menší přitažlivost a prestiž než angličtina, která je dominantním jazykem mezinárodní populární hudby, filmů apod. Respondenti této věkové kategorie tak mají menší šance se s germanismy setkat a seznámit. U těchto generací se tedy předpoklad, že budou lidovým frazémům rozumět velmi málo, ve srovnání se staršími věkovými skupinami potvrdil.

Posledním v úvodu stanoveným předpokladem bylo, že generace 21–40 bude kulturním frazémům rozumět relativně dobře, ale více bude rozumět frazémům biblického původu než frazémům antického původu. Tento předpoklad se potvrdil, u biblických frazémů měli respondenti této kategorie až na jeden frazém úspěšnost nad 90 %, na rozdíl od frazémů antického původu, kde na úspěšnosti 90 % dosáhli pouze jednou. Rozdíly mezi oběma skupinami jsou ale poměrně malé a mohou být způsobeny spíše konkrétním výběrem testovaných frazémů.

Dále se budeme věnovat obecným závěrům, které můžeme na základě našeho výzkumu učinit. Úspěšnost v uzavřených otázkách byla u obou typů frazémů, tedy jak u kulturních, tak lidových, vyšší. Je to z toho důvodu, že respondenti mohli správnou odpověď odhadnout a často tipovali správně. Úspěšnost u otevřených otázek je menší i z důvodu, že respondenti často psali odpověď „nevím“. Ta se obzvláště často vyskytovala u nejmladší generace. Domníváme se, že si tak někteří respondenti ulehčovali práci a napsali rychle „nevím“, místo aby nad odpovědí přemýšleli.

V odpovědích na otevřené otázky respondenti často používali frazém, který má podobný nebo stejný význam jako testovaný frazém. Většinou byl použit pouze jako doplnění odpovědi, samostatně jako odpověď na naši otázku po významu málokdy, např. „*Achillova pata*“ v otázce na význam frazém „*kámen úrazu*“.

Respondenti ve svých odpovědích také komunikovali s autorem dotazníku, např. „*Kam na to chodíš?*“ (u položky „*vyčistit Augiášův chlév*“), „*mít nahou prdel, a proč to chceš vědět pusinko?*“ (u položky „*být v Adamově/Evině rouše*“). Odpovědi tohoto typu se objevují pouze u mladších věkových kategorií, tedy u generací 0–15 a 16–20. Jedná se o záměrně vtipné a často špatné odpovědi, jejichž uvedení mohlo být motivováno neznalostí významu daného frazému anebo snahou respondenta působit vtipně a vybočit z řady standardních odpovědí.

V odpovědích bylo zaznamenáno i nemalé množství vulgarismů. Jednalo se zejména o frazémy „*kalhoty na půl žerdi*“, „*vyčistit Augiášův chlév*“ a „*být v Adamově/Evině rouše*“. I vulgarismy se objevovaly především u mladších generací, tedy do 20 let, a jejich užití opět vysvětlujeme snahou některých respondentů být originální, porušovat konvence a upozornit na sebe.

Je možné, že kdybychom ke kulturním frazémům zařadili kromě biblických frazémů a frazémů antického původu ještě frazémy anglického původu, případně

okřídlené citáty z nových filmů, ukázalo by se u mladších generací lepší porozumění než u frazémů, které jsme v tomto výzkumu testovali. Frazémy tohoto typu by s největší pravděpodobností naopak neznala generace 41–60 a 61+.

Výsledky našeho výzkumu můžeme srovnat s bakalářskou prací Červenkové, která také zkoumala míru porozumění lidovým a kulturním frazémům. Kromě nich zařadila i kategorii moderních frazémů, kterou my jsme se nezabývali. Červenková používá odlišné dělení generací, a to v rozmezí 0–19 let, 20–50 let a 51 a více let, přesto jsou její výsledky s našimi srovnatelné.⁷⁵

U každého z frazémů zařazených do výzkumného dotazníku v práci Červenkové se projevila nejmenší míra porozumění u nejmladší generace respondentů. To je zcela v souladu s našimi výsledky: nejmladší generace, v našem případě vymezená horní hranicí 15 let, také u každé dotazníkové položky vykázala nejnižší míru porozumění ve srovnání s ostatními věkovými skupinami.⁷⁶

Pokud jde o generace 20–50 a 51+, výsledky v práci Červenkové se liší pro jednotlivé položky: některým frazémům lépe porozuměla generace střední, některým naopak generace starší; a rozdíly mezi těmito dvěma generacemi jsou obecně malé, zpravidla menší než rozdíl od generace nejmladší. Ani v tomto případě se výsledky Červenkové zásadně neodlišují od našich: jako skupina, která nejlépe rozumí všem typům frazémů, se v našem výzkumu pravidelně projevila generace 41–60 a nejstarší generace 61+ dosahovala obvykle nižší úspěšnosti, ale rozdíl byl velmi malý.⁷⁷

Červenková u každého frazému zkoumá, zda roli hraje pohlaví. Stejně jako v našem případě jsou mezi jejími respondenty ženy zastoupeny výrazně početněji než muži. Žádný jednoznačný trend se zde neobjevuje, míra úspěšnosti při určování významů je celkově podobná u obou pohlaví.⁷⁸ My jsme roli pohlaví zkoumali jen u generace 41–60 a vyšlo nám, že role pohlaví není podstatná, naše výsledky se tedy opět shodují.

⁷⁵ ČERVENKOVÁ, Barbora. *Mezigenerační rozdíly v porozumění frazémům v češtině: Bakalářská práce*. Univerzita Karlova v Praze, 2013.

⁷⁶ Tamtéž.

⁷⁷ Tamtéž.

⁷⁸ Tamtéž.

Ze srovnání celé skupiny lidových a kulturních frazémů v práci Červenkové vyplývá, že lidovým frazémům respondenti rozuměli mírně častěji (míra úspěšnosti 85–96 %) než frazémům kulturním (78–95 %), ale rozdíl je minimální. Také v našem výzkumu jsme očekávali lepší porozumění lidovým frazémům než frazémům kulturním. Tento předpoklad nebyl potvrzen, což přičítáme především výskytu germanismů v některých lidových frazémech, jak jsme už uvedli.⁷⁹

Některé výsledky našeho výzkumu můžeme srovnat ještě s výzkumem Marie Čechové a Kamily Karhanové, které se zabývaly kulturními frazémy, jejich znalostí a porozuměním. Jejich dotazník byl poněkud odlišný od našeho, protože zjišťovaly znalost frazémů pomocí doplňování vypuštěných výrazů do nevětných frazémů, uvádění českých ekvivalentů k cizojazyčným frazémům a objasňování významů spojení zasazených do větného kontextu. V jejích výzkumu se objevily i tři frazémy, které jsme použili při výzkumu i my. Jedná se o frazémy: „*Kainovo znamení*“, „*Augiášův chlév*“ a „*sisyfovská práce*“. Výsledky z jejich výzkumu u frazému „*Kainovo znamení*“ říkají, že tento frazém znalo jen 27 % studentů gymnázia. Čechová a Karhanová tvrdí, že právě biblické frazémy působily těmto respondentům největší problémy. V našem výzkumu odpovídá studentům gymnázia věková kategorie 16–20, v ní měl tento frazém úspěšnost 93 %. Tento výrazný rozdíl může být způsoben jiným typem položené otázky. Vybrat z nabízených odpovědí je výrazně jednodušší než doplnit vynechanou část. Frazém „*Augiášův chlév*“ znalo ve výzkumu Čechové a Karhanové celkem 46,5 % respondentů. V našem výzkumu byl tento frazém známý pouze 29 % respondentů. Tento rozdíl může být způsoben opět rozdílně položenou otázkou anebo rozdílnými respondenty. Na rozdíl od našich respondentů se totiž Čechová a Karhanová zaměřily na bohemisty a učitele češtiny. Samotná formulace tohoto frazému je v našem výzkumu také trochu jiná. Frazému „*vyčistit Augiášův chlév*“ se týkal jeden z našich předpokladů, mysleli jsme si, že tento frazém je již velmi málo známý, a tento náš předpoklad se potvrdil. U frazému „*sisyfovská práce*“ nejsou v citovaném článku uvedeny výsledky v procentech, jen špatně doplněné možnosti, nemůžeme tedy výsledky u tohoto frazému srovnat s našimi.⁸⁰

⁷⁹ Tamtéž.

⁸⁰ ČECHOVÁ, Marie a Kamila KARHANOVÁ. K recepci kulturních frazémů v současné komunikaci. *Naše řeč* [online]. 1995, 78(3), 138-144 [cit. 2017-07-08]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=7245>.

Domníváme se, že na výsledky výzkumu má velký vliv výběr konkrétních zkoumaných frazémů a respondentů. K dosažení jednoznačnějších a objektivnějších výsledků by pomohl obsáhlejší dotazník s větším počtem testovaných frazémů, tento přístup jsme však záměrně nezvolili, protože jsme důvodně očekávali, že příliš dlouhý dotazník by respondenty odradil a nezískali bychom dostatečně velký vzorek odpovědí.

5 Seznam použitých informačních zdrojů

5.1 Literatura

- BÁČA, Milan. K výzkumu studentského slangu. *Naše řeč* [online]. 1985, **68**(2), 78-87 [cit. 2017-07-08]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6531>.
- BĚLIČ, Jaromír. Nové údobí ve vývoji českého jazyka. *Naše řeč* [online]. 1955, **38**(5-6), 129-146 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7932>
- ČECHOVÁ, Marie. Dynamika frazeologie. *Naše řeč* [online]. 1986, **69**(4), 178-186 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6639>.
- ČECHOVÁ, Marie. Kulturní frazeologie v současné komunikaci. *Naše řeč* [online]. 1993, **76**(4), 179-183 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=6639>.
- ČECHOVÁ, Marie a Kamila KARHANOVÁ. K recepci kulturních frazémů v současné komunikaci. *Naše řeč* [online]. 1995, **78**(3), 138-144 [cit. 2017-07-08]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?lang=en&art=7245>.
- ČERMÁK, František. *Frazeologie a idiomatika česká a obecná: czech and general phraseology*. Univerzita Karlova v Praze. Praha: Karolinum, 2007.
- ČERMÁK, František a Jiří HRONEK a Jiří. MACHAČ, Jaroslav. (eds.). *Slovník české frazeologie a idiomatiky*. I. Díl. Přirovnání., II. Díl. Výrazy neslovesné. III. Díl. Výrazy slovesné. IV. Díl. Výrazy větné. Praha: LEDA, 2009.
- ČERVENKOVÁ, Barbora. *Mezigenerační rozdíly v porozumění frazémům v češtině: Bakalářská práce*. Univerzita Karlova v Praze, 2013.
- DANEŠ, František a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997.
- GREPL, Miroslav a kol. *Příruční mluvnice češtiny*. 2. vydání. Praha: Lidové noviny, 2001.
- HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. 2. vydání. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1980.
- HAVLÍK, Radomír. *Úvod do sociologie: Univerzita Karlova v Praze*. Praha: Karolinum, 2010.

JANDOUŘEK, Jan. *Sociologický slovník*. 2. vydání. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-269-0, str. 91.

JANOVEC, Ladislav. K projevům jazykových vývojových tendencí v současné češtině. *Naše řeč* [online]. 2007, **97**(2), 57-76 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7932>.

JIROTKA, Zdeněk. *Saturnin*. Praha: Karolinum, 2006.

KOVÁŘOVÁ, Marie. *Frazémy a idiomy v knize Bylo nás pět od Karla Poláčka: Bakalářská práce*. Univerzita Karlova v Praze. 2010.

KŘÍSTEK, Václav. Pracovní proces a vývoj jazyka. *Naše řeč* [online]. 1951, **35**(1-2), 1-7 [cit. 2017-06-20]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=4211>.

MAREŠOVÁ, Hana. *Základy historické mluvnice češtiny s texty k rozboru* [online]. Olomouc: Univerzita Palackého, Pedagogická fakulta, 2008 [cit. 2017-07-07]. Dostupné z: http://kcjl.upol.cz/kombcij/studijni_opory/zaklady_historicke_mluvnice.pdf.

Slovník spisovného jazyka českého. Praha: Nakladatelství ČSAV, 1960–1971.

5.2 Internetové zdroje

Hustokrutopřísny, swag, fejs. Tak mladí mění český jazyk. In: *Aktualne.cz* [online]. [cit. 2017-07-08]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/cool-mluva-studentu-chceme-byt-v-obraze-rikaji-cestinari/r~0c282faca90c11e3aa20002590604f2e/>.

Janus. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation [cit. 2017-07-08]. Dostupné z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Janus>.

Kyčelní kost [online]. [cit. 2017-07-08]. Dostupné z:

http://www.wikiskripta.eu/index.php/Ky%C4%8Deln%C3%AD_kost

Pohlaví věk. *Demografie* [online]. [cit. 2017-06-01]. Dostupné z: http://www.demografie.info/?cz_pohlavivek.

Přepis části projevu generálního tajemníka ÚV KSČ Miloše Jakeše v Červeném Hrádku dne 17. července 1989 [online]. [cit. 2017-07-07]. Dostupné z: http://www.totalita.cz/txt/txt_o_jakesm_text_hradek_01.pdf.

Slovník nářečí českého jazyka [cit. 2017-07-07]. Dostupné z: <http://sncj.ujc.cas.cz>.

ŠVARCOVÁ, L. – *Frazémy (výsledky průzkumu)*, 2017. Dostupné online na <https://frazemy.vyplnto.cz>.

Wikislovník: generace z [online]. [cit. 2017-06-14]. Dostupné z:
https://cs.wikipedia.org/wiki/Generace_Z.

6 Seznam příloh

Příloha č. 1 – Dotazník

Dotazník

- Dotazník je anonymní a jeho výsledky slouží ke zpracování bakalářské práce
- Pokyny ke zpracování dotazníku: v uzavřených otázkách správnou odpověď zakroužkujte, v otevřených otázkách odpovězte jednou až dvěma větami.

Osobní údaje respondenta

- 1) Pohlaví
 - a) Žena
 - b) Muž

- 2) Věk
 - a) 0–15
 - b) 15–20
 - c) 21–40
 - d) 41–60
 - e) 61+

- 3) Dosažené vzdělání
 - a) Neukončená ZŠ
 - b) ZŠ
 - c) SŠ bez maturity
 - d) SŠ s maturitou
 - e) VŠ bakalářský stupeň
 - f) VŠ vyšší než Bc.

Frazeologie

- 1) Vysvětlete, co znamená slovní spojení „kalhoty na půl žerdi“.

.....
.....

- 2) Co znamená slovní spojení „kupovat zajíce v pytli“?

- a. kupovat něco ošklivého
- b. kupovat zvíře v pytli, aby neuteklo
- c. kupovat něco hezkého
- d. kupovat něco neprověřeného
- e. kupovat zajíce

- 3) Vysvětlete, co znamená slovní spojení „být čertovo kvítko“.

.....
.....

- 4) Co znamená slovní spojení „jít cugrunt“?
- jít na konec světa
 - jít domů
 - značně se zhoršovat, upadat
 - zlepšovat se
 - uklízet
- 5) Vysvětlete, co znamená slovní spojení „být jako kůl v plotě“.
-
-
- 6) Co znamená slovní spojení „být na huntě“?
- být zcela vyčerpaný
 - být nabitý energií
 - být na chatě
 - být na poli
 - být mrtvý (zemřít)
- 7) Vysvětlete, co znamená slovní spojení „smrdět korunou“.
-
-
- 8) Co znamená slovní spojení „házet perly sviním“?
- krmit prasata
 - dělat něco s radostí
 - dělat něco úspěšně
 - dávat dárky ženám
 - dělat něco bez užitku, zbytečně
- 9) Vysvětlete, co znamená slovní spojení „Jobova zvěst“.
-
-
- 10) Co znamená slovní spojení „nést Kainovo znamení“?
- mít piercing
 - mít špatnou pověst
 - mít dobrou pověst
 - mít tetování
 - nemít žádnou pověst
- 11) Vysvětlete, co znamená slovní spojení „být v Adamově/Evině rouše“.
-
-

12) Co znamená slovní spojení „stát jako solný sloup“?

- a. stát na jedné noze
- b. běžet
- c. stát strnule
- d. ležet
- e. číst si ve stoje

13) Vysvětlete, co znamená slovní spojení „kámen úrazu“.

.....
.....

14) Co znamená slovní spojení „mít Janusovu tvář“?

- a. být hloupý
- b. být neupřímný, falešný
- c. být krásný
- d. nebýt ani muž ani žena
- e. nebýt chytrý

15) Vysvětlete, co znamená slovní spojení „trojský kůň“.

.....
.....

16) Co znamená slovní spojení „rozetnout gordický uzel“?

- a. chodit do skautského oddílu
- b. nic neřešit
- c. vyřešit snadný problém
- d. vyřešit složitý problém
- e. být hloupý

17) Vysvětlete, co znamená slovní spojení „vyčistit Augiášův chlév“.

.....
.....

18) Co znamená slovní spojení „sisyfovská práce“?

- a. marná práce
- b. obtížná práce
- c. snadná práce
- d. oblíbená práce
- e. pracovat s radostí

Děkuji Vám za vyplnění dotazníku.

Lenka Švarcová

Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta

M. Rettigové 4, 116 39 Praha 1

Evidenční list žadatelů o nahlédnutí do listinné podoby práce

Jsem si vědom/a, že závěrečná práce je autorským dílem a že informace získané nahlédnutím do zveřejněné závěrečné práce nemohou být použity k výdělečným účelům, ani nemohou být vydávány za studijní, vědeckou nebo jinou tvůrčí činnost jiné osoby než autora.

Byl/a jsem seznámen/a se skutečností, že si mohu pořizovat výpisy, opisy nebo rozmnoženiny závěrečné práce, jsem však povinen/povinna s nimi nakládat jako s autorským dílem a zachovávat pravidla uvedená v předchozím odstavci tohoto prohlášení.

Poř. č.	Datum	Jméno a příjmení	Adresa trvalého bydliště	Podpis
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				

Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta

M. Rettigové 4, 116 39 Praha 1

Prohlášení žadatele o nahlédnutí do listinné podoby práce před její obhajobou

Závěrečná práce:

Druh závěrečné práce: Bakalářská práce

Název závěrečné práce: Mezigenerační rozdíly v chápání frazémů v češtině

Autor práce: Lenka Švarcová

Jsem si vědom/a, že závěrečná práce je autorským dílem a že informace získané nahlédnutím do zveřejněné závěrečné práce nemohou být použity k výdělečným účelům, ani nemohou být vydávány za studijní, vědeckou nebo jinou tvůrčí činnost jiné osoby než autora.

Byl/a jsem seznámen/a se skutečností, že si mohu pořizovat výpisy, opisy nebo rozmnoženiny závěrečné práce, jsem však povinen/povinna s nimi nakládat jako s autorským dílem a zachovávat pravidla uvedená v předchozím odstavci tohoto prohlášení.

Jsem si vědom/a, že pořizovat výpisy, opisy nebo rozmnoženiny dané práce lze pouze na své náklady.

V Praze dne.....

Jméno a příjmení žadatele	
Adresa trvalého bydliště	

.....

podpis